

VERORDENING (EG) Nr. 501/2008 VAN DE COMMISSIE

van 5 juni 2008

houdende uitvoeringsbepalingen van Verordening (EG) nr. 3/2008 van de Raad inzake voorlichtings- en afzetbevorderingsacties voor landbouwproducten op de binnenmarkt en in derde landen

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap,

Gelet op Verordening (EG) nr. 3/2008 van de Raad van 17 december 2007 betreffende voorlichtings- en afzetbevorderingsacties voor landbouwproducten op de binnenmarkt en in derde landen ⁽¹⁾, en met name op de artikelen 4, 5, 9 en 15,

Overwegende hetgeen volgt:

- (1) Krachtens Verordening (EG) nr. 3/2008 moeten de bepalingen voor de uitvoering van de uit de Gemeenschapsbegroting medegefinancierde voorlichtings- en afzetbevorderingsprogramma's door de Commissie worden vastgesteld.
- (2) Gezien de opgedane ervaring, de vooruitzichten voor de marktontwikkeling binnen en buiten de Gemeenschap en het nieuwe kader voor het internationale handelsverkeer, dient voor toepassing op de binnenmarkt en in derde landen een nieuw, omvattend en samenhangend voorlichtings- en afzetbevorderingsbeleid te worden ontwikkeld voor landbouwproducten en de wijze waarop deze worden geproduceerd, alsmede voor op basis van landbouwproducten geproduceerde voedingsmiddelen, waarbij moet worden aangetekend dat dit beleid de consument er niet toe mag aanzetten een product te kopen vanwege de specifieke oorsprong ervan. Omwille van de duidelijkheid moeten Verordening (EG) nr. 1071/2005 van de Commissie van 1 juli 2005 houdende uitvoeringsbepalingen van Verordening (EG) nr. 2826/2000 van de Raad betreffende voorlichtings- en afzetbevorderingsacties voor landbouwproducten op de binnenmarkt ⁽²⁾ en Verordening (EG) nr. 1346/2005 van de Commissie van 16 augustus 2005 houdende uitvoeringsbepalingen van Verordening (EG) nr. 2702/1999 van de Raad betreffende voorlichtings- en afzetbevorderingsacties voor landbouwproducten in derde landen ⁽³⁾, daarom worden ingetrokken en worden vervangen door één verordening

met verschillende hoofdstukken waarin de door de plaats van uitvoering bepaalde specifieke kenmerken van de acties net als tevoren in aanmerking worden genomen.

- (3) Voor een goed beheer moet worden bepaald dat de lijst van thema's, producten en markten waarvoor voorlichtings- en afzetbevorderingsacties voor landbouwproducten worden opgezet, opgesteld en regelmatig bijgewerkt moet worden, dat de voor de toepassing van deze verordening verantwoordelijke nationale autoriteiten moeten worden aangewezen en welke de looptijd van de programma's is.
- (4) Om de consument voor te lichten en te beschermen, moet worden vastgesteld dat, wanneer in een voor de binnenmarkt bestemd programma een boodschap over het gezondheidseffect van een landbouwproduct tot de consumenten en andere doelgroepen wordt gericht, die boodschap op een erkende wetenschappelijke basis moet berusten en de bronnen van die informatie erkend moeten zijn.
- (5) Om elk gevaar van concurrentievervalsing te voorkomen, moet worden vastgesteld welke richtsnoeren en algemene richtlijnen gelden voor producten waarvoor voorlichtings- en afzetbevorderingscampagnes op de binnenmarkt worden opgezet, en welke regels in acht moeten worden genomen bij de verwijzing naar de bijzondere oorsprong van de producten waarvoor voorlichtings- en afzetbevorderingscampagnes in derde landen worden opgezet.
- (6) Met het oog op de rechtszekerheid moet worden bepaald dat de voor de binnenmarkt voorgestelde programma's met name moeten voldoen aan de gehele communautaire wetgeving inzake de betrokken producten en de afzet ervan, en aan de hierboven bedoelde richtsnoeren.
- (7) Met het oog op de nodige uniformiteit bij de selectie van de uitvoeringsorganen en van de programma's lijkt het aangewezen om in de derde landen dezelfde voorschriften toe te passen voor alle acties die moeten worden uitgevoerd door de in artikel 6, lid 2, van Verordening (EG) nr. 3/2008 bedoelde internationale organisaties. Met het oog op de rechtszekerheid moet worden bepaald dat de boodschappen die in het kader van de programma's worden verspreid, in overeenstemming moeten zijn met de wetgeving van de derde landen waarvoor zij bestemd zijn.

⁽¹⁾ PB L 3 van 5.1.2008, blz. 1.

⁽²⁾ PB L 179 van 11.7.2005, blz. 1. Verordening gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 1022/2006 (PB L 184 van 6.7.2006, blz. 3).

⁽³⁾ PB L 212 van 17.8.2005, blz. 16.

- (8) Met het oog op het vrije dienstenverkeer en een zo ruim mogelijke concurrentie moet de procedure voor de indiening van de programma's en voor de selectie van het uitvoeringsorgaan worden vastgesteld en hierbij moet, met name wanneer de indienende organisatie een publiekrechtelijke instelling is, rekening worden gehouden met Richtlijn 2004/18/EG van het Europees Parlement en de Raad van 31 maart 2004 betreffende de coördinatie van de procedures voor het plaatsen van overheidsopdrachten voor werken, leveringen en diensten ⁽¹⁾.
- (9) Krachtens Verordening (EG) nr. 3/2008 kan de indienende organisatie worden toegestaan bepaalde onderdelen van het programma zelf uit te voeren, de uitvoeringsorganen in een later stadium van de procedure te selecteren, en de hoogte van de bijdrage van de Gemeenschap te handhaven op een constant peil dat evenwel niet meer mag bedragen dan 50 % van de werkelijke kosten van elke fase van het programma en 60 % voor acties in de sector groenten en fruit die gericht zijn op kinderen in onderwijsinstellingen van de Gemeenschap. De desbetreffende uitvoeringsbepalingen moeten worden vastgesteld.
- (10) Om de naleving van de communautaire regels en de doeltreffendheid van de acties te garanderen, moeten de criteria worden vastgesteld aan de hand waarvan de programma's door de lidstaten worden geselecteerd en de geselecteerde programma's door de Commissie worden onderzocht. Na het onderzoek van de programma's beslist de Commissie welke programma's worden aanvaard en stelt zij de desbetreffende begrotingen vast.
- (11) Om de doeltreffendheid van de communautaire acties in het kader van op derde landen gerichte programma's te garanderen, moeten de lidstaten erop toezien dat de goedgekeurde programma's aansluiten bij en een aanvulling vormen op de nationale of regionale programma's, en moet worden bepaald op basis van welke criteria programma's met het oog op een optimale impact prioriteit moeten krijgen bij de selectie.
- (12) Voor programma's waarbij meerdere lidstaten betrokken zijn, moeten maatregelen worden vastgesteld om ervoor te zorgen dat die lidstaten met het oog op de indiening en het onderzoek van de programma's onderling overleg plegen.
- (13) In het belang van een goed financieel beheer moet in de programma's worden vastgesteld hoe de lidstaten en de indienende organisaties tot de financiering van de programma's kunnen bijdragen.
- (14) Om het gevaar van dubbele financiering af te wenden, moet worden bepaald dat voorlichtings- en afzetbevorderingsacties op de binnenmarkt waarvoor steun wordt verleend in het kader van Verordening (EG) nr. 1698/2005 van de Raad van 20 september 2005 inzake steun voor plattelandsontwikkeling uit het Europees Landbouwfonds voor Plattelandsontwikkeling (ELFPO) ⁽²⁾, niet in aanmerking komen voor steun in het kader van Verordening (EG) nr. 3/2008.
- (15) De verschillende bepalingen voor de uitvoering van de aangegane verplichtingen moeten worden vastgelegd in contracten die binnen een redelijke termijn tussen de belanghebbenden en de bevoegde nationale autoriteiten worden gesloten op basis van standaardcontracten die de Commissie ter beschikking stelt van de lidstaten.
- (16) Als garantie voor een goede uitvoering van het contract moet de contractant bij de bevoegde nationale autoriteit een zekerheid stellen ten belope van 15 % van de bijdragen van de Gemeenschap en van de betrokken lidstaten. Met hetzelfde doel moet hij ook een zekerheid stellen telkens wanneer hij voor een fase van twaalf maanden een voorschot aanvraagt.
- (17) De door de lidstaten uit te voeren controles moeten worden vastgesteld.
- (18) Er moet worden vastgesteld dat de uitvoering van de in de contracten opgenomen acties een primaire eis vormt in de zin van artikel 20 van Verordening (EEG) nr. 2220/85 van de Commissie van 22 juli 1985 tot vaststelling van gemeenschappelijke uitvoeringsbepalingen inzake de regeling voor het stellen van zekerheden voor landbouwproducten ⁽³⁾.
- (19) Gelet op de eisen inzake het begrotingsbeheer moet worden voorzien in een geldstraf wanneer de aanvragen voor tussentijdse betalingen niet tijdig worden ingediend of wanneer de betalingen van de lidstaten niet tijdig worden uitgevoerd.

⁽¹⁾ PB L 134 van 30.4.2004, blz. 114. Richtlijn laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 213/2008 van de Commissie (PB L 74 van 15.3.2008, blz. 1).

⁽²⁾ PB L 277 van 21.10.2005, blz. 1. Verordening laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 146/2008 (PB L 46 van 21.2.2008, blz. 1).

⁽³⁾ PB L 205 van 3.8.1985, blz. 5. Verordening laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 1913/2006 (PB L 365 van 21.12.2006, blz. 52).

- (20) Ter wille van een goed financieel beheer en om te voorkomen dat de financiële bijdrage van de Gemeenschap volledig wordt uitbetaald via de tussentijdse betalingen, zodat er geen saldo meer te betalen valt, moet worden vastgesteld dat het voorschot en de tussentijdse betalingen de drempel van 80 % van de bijdragen van de Gemeenschap en van de lidstaten niet mogen overschrijden. Om dezelfde reden moet de aanvraag om betaling van het saldo binnen een bepaalde termijn bij de bevoegde nationale autoriteit worden ingediend.
- (21) De lidstaten moeten al het voorlichtings- en afzetbevorderingsmateriaal dat in het kader van de programma's is geproduceerd, verifiëren. De voorwaarden voor het gebruik ervan na afloop van de programma's moeten worden vastgesteld.
- (22) In het licht van de opgedane ervaring en met het oog op een goede uitvoering van de programma's moeten bepalingen worden vastgesteld inzake het toezicht door de groep die met dat doel is opgericht bij Verordening (EG) nr. 3/2008.
- (23) Het blijkt noodzakelijk dat de lidstaten de uitvoering van de acties controleren en dat de Commissie op de hoogte wordt gehouden van de resultaten van de in deze verordening vastgestelde verificatie- en controlemaatregelen. Met het oog op een goed financieel beheer dient te worden voorzien in samenwerking tussen de lidstaten wanneer de acties worden uitgevoerd in een andere lidstaat dan die waar de bevoegde contractsluitende organisatie is gevestigd.
- (24) Met het oog op een doeltreffende bescherming van de financiële belangen van de Gemeenschap moeten gepaste maatregelen ter bestrijding van fraude en ernstige nalatigheid worden getroffen. Hiertoe moeten bepalingen inzake terugbetalingen en sancties worden vastgesteld.
- (25) Er dient duidelijk te worden vastgesteld dat voor de meerjarenprogramma's na afloop van elke fase van twaalf maanden een intern evaluatieverslag moet worden overgelegd, zelfs wanneer geen betalingsaanvraag is ingediend.
- (26) De door de begunstigde te betalen rentevoet voor onverschuldigde betalingen moet in overeenstemming worden gebracht met de in artikel 86 van Verordening (EG, Euratom) nr. 2342/2002 van de Commissie van 23 december 2002 tot vaststelling van uitvoeringsvoorschriften

van Verordening (EG, Euratom) nr. 1605/2002 van de Raad houdende het Financieel Reglement van toepassing op de algemene begroting van de Europese Gemeenschappen ⁽¹⁾ bedoelde rentevoet voor schuldvorderingen die op de vervaldag niet zijn voldaan.

- (27) De in deze verordening vervatte maatregelen zijn in overeenstemming met het advies van het Beheerscomité voor de gemeenschappelijke ordening van de landbouwmarkten,

HEEFT DE VOLGENDE VERORDENING VASTGESTELD:

HOOFDSTUK I

ALGEMENE BEPALINGEN

Artikel 1

Onderwerp en definitie

1. Bij de onderhavige verordening worden de bepalingen vastgesteld voor de uitvoering van Verordening (EG) nr. 3/2008, met name met betrekking tot het opstellen, de selectie, de uitvoering, de financiering en de controle van de in artikel 6 van die verordening bedoelde programma's.

2. Onder „programma” wordt verstaan: een geheel van coherente acties met een reikwijdte die groot genoeg is om de voorlichting over de betrokken producten en de afzet ervan te helpen bevorderen.

Artikel 2

Aanwijzing van de bevoegde autoriteiten

De lidstaten wijzen de bevoegde autoriteiten aan die met de toepassing van deze verordening worden belast (hierna „bevoegde nationale autoriteiten” genoemd).

Zij stellen de Commissie in kennis van de naam en alle contactgegevens van de aangewezen autoriteiten, alsook van eventuele veranderingen daarin.

De Commissie maakt deze gegevens in een passende vorm algemeen bekend.

Artikel 3

Looptijd van de programma's

De programma's worden uitgevoerd over een periode van minimaal één en maximaal drie jaar, te rekenen vanaf de datum van inwerkingtreding van het desbetreffende, in artikel 16, lid 1, bedoelde contract.

⁽¹⁾ PB L 357 van 31.12.2002, blz. 1. Verordening laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG, Euratom) nr. 478/2007 (PB L 111 van 28.4.2007, blz. 13).

Artikel 4

Kenmerken van de voorlichtings- en afzetbevorderingsboodschappen in het kader van op de binnenmarkt gerichte programma's

1. Overeenkomstig de in artikel 3, lid 1, van Verordening (EG) nr. 3/2008 bedoelde criteria moet elke boodschap inzake voorlichting of afzetbevordering die in het kader van de programma's tot de consumenten en andere doelgroepen wordt gericht (hierna „boodschap” genoemd), gebaseerd zijn op de intrinsieke eigenschappen of kenmerken van het betrokken product.

2. Elke verwijzing naar de oorsprong van de producten moet ondergeschikt zijn aan de hoofdboodschap van de campagne. De oorsprong van een product mag wel worden vermeld in een voorlichtings- of afzetbevorderingsactie wanneer het gaat om een aanduiding in het kader van de communautaire regelgeving of om een voorbeeldproduct waarmee de voorlichtings- of afzetbevorderingsactie wordt geïllustreerd.

3. Elke verwijzing in de boodschap naar een met de consumptie van het betrokken product samenhangend gezondheidseffect moet gebaseerd zijn op algemeen erkende wetenschappelijke gegevens.

Boodschappen met een verwijzing naar dergelijke effecten moeten worden goedgekeurd door de voor volksgezondheid bevoegde nationale autoriteit.

De in artikel 6, lid 1, van Verordening (EG) nr. 3/2008 bedoelde beroeps- of bedrijfskolomorganisatie die een programma indient, moet de lijst van wetenschappelijke studies en van door erkende wetenschappelijke instellingen opgestelde adviezen waarop de naar gezondheidseffecten verwijzende boodschappen die in het programma zijn opgenomen, zijn gebaseerd, ter beschikking houden van de betrokken lidstaat en de Commissie.

Artikel 5

Kenmerken van de voorlichtings- en afzetbevorderingsboodschappen in het kader van op derde landen gerichte programma's

1. Elke boodschap dient gebaseerd te zijn op de intrinsieke eigenschappen of kenmerken van het betrokken product.

Deze boodschappen moeten in overeenstemming zijn met de wetgeving die geldt in de derde landen waarvoor zij bestemd zijn.

2. Elke verwijzing naar de oorsprong van de producten moet ondergeschikt zijn aan de hoofdboodschap van de campagne. De oorsprong van een product mag wel worden vermeld in een voorlichtings- of afzetbevorderingsactie wanneer het gaat om

een aanduiding in het kader van de communautaire regelgeving of om een voorbeeldproduct waarmee de voorlichtings- of afzetbevorderingsactie wordt geïllustreerd.

Artikel 6

Doelstelling van de uit te voeren acties en indicatieve begrotingen

1. De lijst van thema's en producten waarvoor op de binnenmarkt acties kunnen worden opgezet overeenkomstig artikel 3, lid 1, van Verordening (EG) nr. 3/2008, is vastgesteld in bijlage I, deel A, van de onderhavige verordening.

Deze lijst wordt om de twee jaar, uiterlijk op 31 maart, bijgewerkt.

2. De lijst van thema's en producten waarvoor in derde landen acties kunnen worden opgezet overeenkomstig artikel 3, lid 2, van Verordening (EG) nr. 3/2008, is vastgesteld in bijlage II, deel A, van de onderhavige verordening. De lijst van markten in derde landen waar deze acties kunnen worden uitgevoerd, is vastgesteld in bijlage II, deel B.

Deze lijsten worden om de twee jaar, uiterlijk op 31 december, bijgewerkt.

3. De indicatieve jaarbegrotingen voor de verschillende sectoren zijn vastgesteld in bijlage III.

HOOFDSTUK II

SELECTIE VAN DE IN DE ARTIKELEN 6, 7 EN 8 VAN VERORDENING (EG) Nr. 3/2008 BEDOELDE PROGRAMMA'S

Artikel 7

In samenwerking met internationale organisaties uitgevoerde programma's die gericht zijn op derde landen

1. Bij toepassing van artikel 6, lid 2, van Verordening (EG) nr. 3/2008 dienen de in dat artikel bedoelde internationale organisaties op verzoek van de Commissie voorstellen voor in het daaropvolgende jaar geplande programma's in.

De voorwaarden voor het verlenen en betalen van de in artikel 13, lid 4, van Verordening (EG) nr. 3/2008 bedoelde financiële bijdrage van de Gemeenschap worden vastgelegd in een subsidieovereenkomst die wordt gesloten tussen de Gemeenschap en de betrokken internationale organisatie.

2. Richtlijn 2004/18/EG is van toepassing op de uitvoering van acties door de in artikel 6, lid 2, van Verordening (EG) nr. 3/2008 bedoelde internationale organisaties.

Artikel 8

Indiening van de programma's

1. Voor de uitvoering van de acties in het kader van de programma's doet de betrokken lidstaat elk jaar een oproep tot het indienen van voorstellen.

Uiterlijk op 30 november en 31 maart dienen de beroeps- en bedrijfskolomorganisaties in de Gemeenschap die representatief zijn voor de betrokken sectoren (hierna „indienende organisaties” genoemd), hun programma's voor, respectievelijk, de binnenmarkt en derde landen, in bij de lidstaat.

De programma's worden ingediend volgens een model dat door de Commissie is opgesteld en op haar website kan worden opgevraagd. Het model wordt als bijlage opgenomen bij de in de eerste alinea bedoelde oproep tot het indienen van voorstellen.

2. De overeenkomstig lid 1 ingediende programma's moeten:

- a) in overeenstemming zijn met de communautaire regelgeving over de betrokken producten en de afzet ervan;
- b) in overeenstemming zijn met het door de betrokken lidstaten bekendgemaakte bestek met uitsluitings-, selectie- en gunningscriteria;
- c) voldoende zijn uitgewerkt om te kunnen worden getoetst aan de geldende regelgeving en te worden beoordeeld op het gebied van prijs-kwaliteitverhouding.

3. Elke indienende organisatie selecteert, na een inschrijvingsprocedure volgens passende en door de lidstaat geverifieerde methoden, één of meer uitvoeringsorganen die met de tenuitvoerlegging van haar programma's worden belast. Indien deze selectie is gebeurd vóór het programma is ingediend, mag het uitvoeringsorgaan aan het uitwerken van dat programma deelnemen.

Artikel 9

Voorafgaande selectie van de programma's door de lidstaten

1. De lidstaten stellen de voorlopige lijst van de door hen geselecteerde programma's op aan de hand van de criteria die zijn vastgesteld in het in artikel 8, lid 2, onder b), bedoelde bestek.

2. De op derde landen gerichte programma's worden door de lidstaten onderzocht aan de hand van met name de volgende criteria:

- a) de samenhang tussen de voorgestelde strategieën en de vastgestelde doelen,

b) de kwaliteit van de voorgestelde acties,

c) de te verwachten impact van de uit te voeren acties op de ontwikkeling van de vraag naar de betrokken producten,

d) de garanties inzake doeltreffendheid en representativiteit van de indienende organisaties,

e) de technische bekwaamheid en de garanties op het vlak van doeltreffendheid van het voorgestelde uitvoeringsorgaan.

3. De op de binnenmarkt gerichte programma's moeten voldoen aan de in artikel 8 en in het onderhavige artikel vastgestelde voorwaarden en aan de in artikel 5, lid 1, van Verordening (EG) nr. 3/2008 bedoelde richtsnoeren voor afzetbevordering op de binnenmarkt die zijn opgenomen in bijlage I, deel B, van de onderhavige verordening.

4. Wanneer het gaat om een programma waarbij meerdere lidstaten worden betrokken, plegen de betrokken lidstaten overleg over de selectie van het programma en wijzen zij een coördinerende lidstaat aan. Zij verbinden zich er met name toe om overeenkomstig artikel 14, lid 2, bij te dragen tot de financiering van het programma en om, in het belang van het toezicht op en de uitvoering en de controle van het programma, op administratief gebied samen te werken.

5. Wat de op derde landen gerichte programma's betreft, ziet elke lidstaat toe op de samenhang tussen de geplande nationale of regionale acties en de krachtens Verordening (EG) nr. 3/2008 meegefinancierde acties en zorgt hij ervoor dat de ingediende programma's aansluiten bij de nationale of regionale campagnes.

Artikel 10

Prioritaire selectie van op derde landen gerichte programma's

1. In het kader van de in artikel 6, lid 1, van Verordening (EG) nr. 3/2008 bedoelde programma's die door meerdere lidstaten worden ingediend, wordt, wat op derde landen gerichte programma's betreft, de voorkeur gegeven aan programma's die betrekking hebben op een groep producten en die met name de nadruk leggen op de kwaliteit, de voedingswaarde en de voedselveiligheid van de communautaire productie.

2. Wanneer de programma's betrekking hebben op één lidstaat of één product, wordt de voorkeur gegeven aan programma's waarin de nadruk wordt gelegd op het communautaire belang, met name op de kwaliteit, de voedingswaarde en de voedselveiligheid, alsmede de representativiteit van de Europese landbouw- en voedselproductie.

*Artikel 11***Selectie van de programma's door de Commissie**

1. Uiterlijk op 15 februari en 30 juni van elk jaar delen de lidstaten de Commissie de in artikel 9, lid 1, bedoelde lijst mee voor, respectievelijk, de binnenmarkt en derde landen, met daarbij in voorkomend geval de lijst van uitvoeringsorganen die zij overeenkomstig artikel 8, lid 3, hebben geselecteerd, alsmede een kopie van de programma's.

Voor programma's waarbij meerdere lidstaten zijn betrokken, wordt deze mededeling door de betrokken lidstaten gezamenlijk gedaan in onderlinge overeenstemming.

2. De betrokken lidstaten worden door de Commissie verwittigd, indien deze heeft vastgesteld dat een ingediend programma geheel of gedeeltelijk in strijd is met:

- a) hetzij de communautaire regelgeving,
- b) hetzij de richtsnoeren, wat programma's voor de binnenmarkt betreft,
- c) hetzij de in artikel 9, lid 2, bedoelde criteria, wat programma's voor derde landen betreft.

De in de eerste alinea bedoelde informatie wordt verstrekt uiterlijk 60 kalenderdagen na de ontvangst van de in artikel 9, lid 1, bedoelde lijst.

3. Binnen 30 kalenderdagen na de in lid 2 van het onderhavige artikel bedoelde kennisgeving zenden de lidstaten, overeenkomstig artikel 7, lid 2, derde alinea, van Verordening (EG) nr. 3/2008, de herziene programma's toe aan de Commissie.

Na verificatie van de herziene programma's beslist de Commissie, volgens de in artikel 16, lid 2, van Verordening (EG) nr. 3/2008 bedoelde procedure, uiterlijk op 30 juni en 30 november voor, respectievelijk, de binnenmarkt en derde landen, welke programma's zij kan meefinancieren.

4. De indienende organisatie(s) is/zijn verantwoordelijk voor de goede uitvoering en het beheer van het geselecteerde programma.

*Artikel 12***Goedkeuring van de uitvoeringsorganen door de lidstaat**

1. De selectie van het uitvoeringsorgaan overeenkomstig artikel 8, lid 3, wordt eerst door de lidstaat goedgekeurd en vervolgens door die lidstaat aan de Commissie gemeld vóór de ondertekening van het in artikel 16, lid 1, bedoelde contract.

2. De lidstaat verifieert of het geselecteerde uitvoeringsorgaan overeenkomstig artikel 11, lid 3, van Verordening (EG) nr. 3/2008 over de nodige financiële en technische middelen beschikt om de acties met optimale efficiëntie uit te voeren. De lidstaat stelt de Commissie in kennis van de hiertoe gevolgde procedure.

*Artikel 13***Uitvoering van bepaalde programmaonderdelen door de indienende organisatie**

1. De indienende organisatie mag krachtens artikel 11, lid 2, van Verordening (EG) nr. 3/2008 bepaalde onderdelen van het programma zelf uitvoeren, mits aan de volgende voorwaarden is voldaan:

- a) de indienende organisatie voldoet aan de in artikel 11, lid 3, van Verordening (EG) nr. 3/2008 vastgestelde voorschriften;
- b) de indienende organisatie beschikt over ten minste vijf jaar ervaring met de uitvoering van soortgelijke acties;
- c) de kosten voor het door de indienende organisatie uit te voeren onderdeel mogen niet meer dan 50 % van de totale kosten van het programma bedragen, behalve in naar behoren gemotiveerde uitzonderlijke gevallen en na schriftelijke toestemming van de Commissie;
- d) de indienende organisatie vergewist zich ervan dat de kostprijs van de door haar uit te voeren acties niet hoger ligt dan de gebruikelijke marktтарieven.

De lidstaat verifieert of deze voorwaarden in acht worden genomen.

2. Indien de indienende organisatie een publiekrechtelijke instelling is in de zin van artikel 1, lid 9, tweede alinea, van Richtlijn 2004/18/EG, treffen de lidstaten de nodige maatregelen om ervoor te zorgen dat de aanbestedende diensten toezien op de naleving van de bepalingen van die richtlijn.

HOOFDSTUK III

**BEPALINGEN INZAKE DE FINANCIERING VAN DE
PROGRAMMA'S***Artikel 14***Algemene betalingsvoorschriften**

1. De financiële bijdrage van de Gemeenschap wordt betaald aan de betrokken lidstaten.
2. Wanneer meerdere lidstaten bijdragen in de financiering van een programma, vervolledigt hun aandeel de financiële inbreng van de op hun respectieve grondgebied gevestigde indienende organisatie. In dat geval mag de bijdrage van de Gemeenschap niet hoger zijn dan de in artikel 13, lid 2, van Verordening (EG) nr. 3/2008 vastgestelde maxima.
3. De in artikel 13 van Verordening (EG) nr. 3/2008 bedoelde financiële bijdragen worden in het aan de Commissie meegeedeelde programma weergegeven.

*Artikel 15***Specifieke regels voor de binnenmarkt**

1. Bij toepassing van artikel 9 van Verordening (EG) nr. 3/2008 zijn de in artikel 11, leden 1, 2 en 3, van de onderhavige verordening vastgestelde procedure en de bepalingen van de artikelen 14 tot en met 23 van de onderhavige verordening van toepassing.

De contracten voor de in artikel 9 van Verordening (EG) nr. 3/2008 bedoelde programma's worden gesloten tussen de betrokken lidstaten en de geselecteerde uitvoeringsorganen.

2. Voorlichtings- en afzetbevorderingsactiviteiten waarvoor steun wordt verleend in het kader van Verordening (EG) nr. 1698/2005, komen niet in aanmerking voor een financiële bijdrage van de Gemeenschap in het kader van de onderhavige verordening.

*Artikel 16***Het sluiten van het contract en het stellen van de
zekerheid**

1. Zodra de Commissie het in artikel 11, lid 3, bedoelde besluit heeft genomen, wordt elke indienende organisatie door de lidstaat ingelicht over het aan haar aanvraag gegeven gevolg.

De lidstaten sluiten contracten met de geselecteerde indienende organisaties binnen 90 kalenderdagen na de kennisgeving van

het in artikel 11, lid 3, bedoelde besluit van de Commissie. Na het verstrijken van die termijn mag geen enkel contract meer worden gesloten zonder voorafgaande toestemming van de Commissie.

2. De lidstaten gebruiken de standaardcontracten die de Commissie hun ter beschikking stelt.

Zo nodig mogen de lidstaten bepaalde voorwaarden van de standaardcontracten wijzigen om rekening te houden met nationale voorschriften, voor zover dit geen afbreuk doet aan de communautaire wetgeving.

3. Het contract kan door de twee partijen pas worden gesloten, nadat de indienende organisatie, als garantie voor de goede uitvoering van het contract, overeenkomstig titel III van Verordening (EEG) nr. 2220/85 een zekerheid ten gunste van de lidstaat heeft gesteld ter waarde van 15 % van de maximale jaarlijkse bijdrage van de Gemeenschap en de betrokken lidstaten.

Indien de contractsluitende organisatie evenwel een publiekrechtelijke instelling is of onder toezicht van een dergelijke instelling optreedt, mag de bevoegde nationale autoriteit een aan het in de eerste alinea vastgestelde percentage gelijkwaardige schriftelijke zekerheid van de toezichthoudende instelling aanvaarden, op voorwaarde dat die instelling zich ertoe verbindt:

- a) toe te zien op de correcte uitvoering van de aangegane verplichtingen;
- b) na te gaan of de ontvangen bedragen daadwerkelijk voor de uitvoering van de aangegane verplichtingen worden gebruikt.

Het bewijs dat de zekerheid is gesteld, moet in het bezit van de lidstaat zijn vóór de in lid 1 genoemde termijn is verstreken.

4. De primaire eis in de zin van artikel 20 van Verordening (EEG) nr. 2220/85 is uitvoering van de in het contract vastgestelde maatregelen.

5. De lidstaat verstrekt de Commissie onmiddellijk een kopie van het contract en het bewijs van het stellen van de zekerheid.

De lidstaat verstrekt de Commissie tevens een kopie van het contract dat de geselecteerde indienende organisatie met het uitvoeringsorgaan heeft gesloten. In dit laatste contract is bepaald dat het uitvoeringsorgaan verplicht is zich aan de in artikel 25 bedoelde controles te onderwerpen.

*Artikel 17***Regeling voor de voorschotten**

1. Binnen 30 kalenderdagen na de ondertekening van het in artikel 16, lid 1, bedoelde contract en, voor meerjarenprogramma's, binnen 30 dagen na het begin van elke fase van twaalf maanden, kan de contractsluitende organisatie bij de lidstaat een voorschotaanvraag indienen, die vergezeld moet gaan van de in lid 3 van het onderhavige artikel bedoelde zekerheid. Na het verstrijken van die termijn kan geen voorschot meer worden aangevraagd.

Het voorschot mag niet meer bedragen dan 30 % van de in artikel 13, leden 2 en 3, van Verordening (EG) nr. 3/2008 bedoelde jaarlijkse bijdragen van de Gemeenschap en de betrokken lidstaten.

2. De lidstaat betaalt het voorschot binnen 30 kalenderdagen na de indiening van de voorschotaanvraag. Elke overschrijding van deze termijn leidt ertoe dat het door de Commissie aan de lidstaat betaalde maandelijkse voorschot wordt verlaagd overeenkomstig artikel 9 van Verordening (EG) nr. 883/2006 van de Commissie ⁽¹⁾, tenzij er sprake is van overmacht.

3. Het voorschot wordt slechts betaald als de contractsluitende organisatie overeenkomstig titel III van Verordening (EEG) nr. 2220/85 een zekerheid ten gunste van de lidstaat heeft gesteld ter waarde van 110 % van dit voorschot. De lidstaat verstrekt de Commissie onmiddellijk een kopie van elke voorschotaanvraag en een bewijs van het stellen van de overeenkomstige zekerheid.

Indien de contractsluitende organisatie evenwel een publiekrechtelijke instelling is of onder toezicht van een dergelijke instelling optreedt, mag de bevoegde nationale autoriteit een aan het in de eerste alinea vastgestelde percentage gelijkwaardige schriftelijke zekerheid van de toezichthoudende instelling aanvaarden, op voorwaarde dat die instelling zich ertoe verbindt het door de zekerheid gedekte bedrag uit te keren indien niet kan worden bewezen dat de betrokkene recht heeft op het voorgeschoten bedrag.

*Artikel 18***Tussentijdse betalingen**

1. De aanvragen om tussentijdse betaling van de bijdragen van de Gemeenschap en van de lidstaten worden door de indienende organisaties bij de lidstaten ingediend vóór het einde van de kalendermaand die volgt op het einde van elk kwartaal, waarbij de berekening van de kwartalen ingaat op de datum van ondertekening van het in artikel 16, lid 1, bedoelde contract.

Deze aanvragen betreffen de in het betrokken kwartaal gedane uitgaven en gaan vergezeld van een financieel overzicht, een

kopie van de betrokken facturen en bewijsstukken, en een tussentijds verslag over de uitvoering van het contract voor het betrokken kwartaal (hierna „kwartaalverslag” genoemd). Wanneer in het betrokken kwartaal geen betaling is verricht of geen enkele activiteit heeft plaatsgevonden, worden die documenten bij de bevoegde nationale autoriteit ingediend binnen de in de eerste alinea bedoelde termijn.

Wanneer de aanvraag om tussentijdse betaling samen met de in de tweede alinea bedoelde documenten te laat wordt ingediend, wordt het te betalen bedrag met 3 % per volle maand vertraging verlaagd, tenzij er sprake is van overmacht.

2. De tussentijdse betaling wordt pas verricht nadat de lidstaat de in lid 1, tweede alinea, bedoelde documenten heeft geverifieerd.

3. De tussentijdse betalingen en de betaling van het in artikel 17 bedoelde voorschot mogen in totaal niet meer bedragen dan 80 % van de totale, in artikel 13, leden 2 en 3, van Verordening (EG) nr. 3/2008 bedoelde jaarlijkse financiële bijdrage van de Gemeenschap en de betrokken lidstaten. Wanneer dit percentage is bereikt, kunnen geen nieuwe aanvragen om tussentijdse betaling meer worden ingediend.

*Artikel 19***Betaling van het saldo**

1. De aanvraag om betaling van het saldo wordt door de indienende organisatie bij de lidstaat ingediend binnen vier maanden na de datum waarop de acties die voor het betrokken jaar zijn opgenomen in het in artikel 16, lid 1, bedoelde contract, zijn voltooid.

Deze aanvraag wordt slechts als ontvankelijk beschouwd, als zij vergezeld gaat van een uit de volgende elementen bestaand verslag (hierna „jaarverslag” genoemd):

- a) een overzicht van de verwezenlijkingen en een beoordeling van de resultaten die op de datum van het verslag kunnen worden geconstateerd;
- b) een financieel overzicht van alle geplande en gedane uitgaven.

Het jaarverslag gaat vergezeld van een kopie van de facturen en bewijsstukken die betrekking hebben op de verrichte betalingen.

Wanneer de aanvraag om betaling van het saldo te laat wordt ingediend, wordt het saldo met 3 % per volle maand vertraging verlaagd, tenzij er sprake is van overmacht.

⁽¹⁾ PB L 171 van 23.6.2006, blz. 1.

2. Het saldo wordt pas betaald nadat de lidstaat de in lid 1, derde alinea, bedoelde facturen en documenten heeft geverifieerd.

Het saldo wordt verlaagd in verhouding tot de mate waarin niet aan de in artikel 16, lid 4, genoemde primaire eis is voldaan.

Artikel 20

Door de lidstaat te verrichten betalingen

De lidstaat verricht de in de artikelen 18 en 19 bedoelde betalingen binnen 60 kalenderdagen na de datum van ontvangst van de betalingsaanvraag.

Deze termijn kan evenwel op elk ogenblik van de periode van 60 dagen na de eerste registratie van de betalingsaanvraag worden geschorst door aan de schuldeisende contractsluitende organisatie te melden dat haar aanvraag niet in aanmerking kan worden genomen omdat de vordering niet opeisbaar is, of omdat de aanvraag niet wordt gestaafd door de bewijsstukken die voor alle andere aanvragen vereist zijn, of omdat de lidstaat nadere gegevens of verificaties noodzakelijk acht. De termijn begint weer verder te lopen vanaf de datum waarop de gevraagde nadere gegevens worden ontvangen of de lidstaat de verificaties heeft verricht, met dien verstande dat voor het overleggen van de gegevens en het verrichten van de verificaties een termijn van 30 kalenderdagen na de melding geldt.

Elke overschrijding van de betalingstermijn leidt ertoe dat het door de Commissie aan de lidstaat betaalde maandelijks voorshot wordt verlaagd overeenkomstig artikel 9 van Verordening (EG) nr. 883/2006, tenzij er sprake is van overmacht.

Artikel 21

Zekerheden

1. De in artikel 17, lid 3, bedoelde zekerheid wordt vrijgegeven voor zover de betrokken lidstaat heeft vastgesteld dat de betrokkene definitief recht heeft op het voorgeschoten bedrag.

2. De in artikel 16, lid 3, bedoelde zekerheid is geldig tot de betaling van het saldo en wordt vrijgegeven op basis van een brief ter zake van de bevoegde nationale autoriteit.

Voor het vrijgeven van de zekerheid gelden de in artikel 20 vastgestelde termijnen en voorwaarden inzake de betaling van het saldo.

3. Verbeurdverklarde zekerheden en opgelegde boetes worden, voor het met de communautaire financiering overeenkomende gedeelte, in mindering gebracht op de bij het Europees Garantiefonds voor de Landbouw (EGFL) gedeclareerde uitgaven.

Artikel 22

Bij de Commissie in te dienen documenten

1. Het jaarverslag wordt na afloop van elke fase van twaalf maanden ingediend, zelfs wanneer geen aanvraag om betaling van het saldo is ingediend.

2. De lidstaat dient binnen 30 kalenderdagen na de in artikel 19, lid 2, bedoelde betaling van het saldo de in artikel 19, lid 1, tweede alinea, onder a) en b), bedoelde overzichten in bij de Commissie.

3. De lidstaat zendt overeenkomstig artikel 18 tweemaal per jaar de voor de tussentijdse betaling vereiste kwartaalverslagen aan de Commissie.

Het eerste en het tweede kwartaalverslag worden verstuurd binnen 60 kalenderdagen na ontvangst van het tweede kwartaalverslag door de lidstaat, en het derde en het vierde kwartaalverslag worden bij de in lid 2 bedoelde overzichten gevoegd.

Het kwartaalverslag over het vierde kwartaal mag worden verwerkt in het jaarverslag over het afgelopen jaar.

4. Binnen 30 kalenderdagen na betaling van het saldo stuurt de lidstaat de Commissie een financieel overzicht van de in het kader van het contract gedane uitgaven toe, aan de hand van een model dat de Commissie heeft opgesteld en aan de lidstaten heeft gestuurd. Dat overzicht gaat vergezeld van een door de lidstaat opgesteld, met redenen omkleed advies over de uitvoering van de voor de afgelopen fase geplande taken.

Voorts wordt in het overzicht verklaard dat, gezien de overeenkomstig artikel 18, lid 2, en artikel 19, lid 2, uitgevoerde verificaties, alle uitgaven als subsidiabel kunnen worden beschouwd overeenkomstig de bepalingen van het contract.

HOOFDSTUK IV

TOEZICHT EN CONTROLES

Artikel 23

Gebruik van het materiaal

1. De lidstaten verifiëren of het voorlichtings- en afzetbevorderingsmateriaal dat in het kader van de op grond van deze verordening gefinancierde programma's wordt geproduceerd of gebruikt, in overeenstemming is met de communautaire regelgeving.

Zij stellen de Commissie in het bezit van het goedgekeurde materiaal.

2. Alle in het kader van een in lid 1 bedoeld programma geproduceerd en gefinancierd materiaal, met inbegrip van de grafische, visuele en audiovisuele ontwerpen en de internetsites, mag later worden gebruikt met de voorafgaande schriftelijke toestemming van de Commissie, de betrokken indienende organisaties en de tot de financiering van het programma bijdragende lidstaten, en met inachtneming van de rechten die voor de contractanten voortvloeien uit de nationale wetgeving die op het contract van toepassing is.

Artikel 24

Toezicht op de programma's

1. De in artikel 12, lid 1, van Verordening (EG) nr. 3/2008 bedoelde toezichtgroep komt geregeld samen om de voortgang van de op grond van de onderhavige verordening gesubsidieerde programma's te volgen.

Hiertoe wordt de toezichtgroep voor elk programma in kennis gesteld van het tijdschema voor de geplande acties, de kwartaal- en jaarverslagen en de resultaten van de op grond van de artikelen 18, 19 en 25 van de onderhavige verordening uitgevoerde controles.

De groep wordt voorgezeten door een vertegenwoordiger van de betrokken lidstaat. Indien meerdere lidstaten bij een programma zijn betrokken, zit een door die lidstaten aangewezen vertegenwoordiger de groep voor.

2. Ambtenaren en andere personeelsleden van de Commissie kunnen deelnemen aan de activiteiten die worden georganiseerd in het kader van een op grond van deze verordening gesubsidieerd programma.

Artikel 25

Door de lidstaten te verrichten controles

1. De betrokken lidstaat bepaalt welke de meest geschikte middelen zijn voor de controle van de op grond van deze verordening gesubsidieerde programma's en acties en stelt de Commissie daarvan in kennis.

De controles worden jaarlijks uitgevoerd op ten minste 20 % van de tijdens het vorige jaar afgelopen programma's — minimaal twee programma's — en hebben betrekking op ten minste 20 % van het totaal van de begrotingen voor de betrokken programma's. De programma's die deel uitmaken van de steekproef, worden gekozen op basis van een risicobeoordeling.

De lidstaat dient bij de Commissie voor elk gecontroleerd programma een verslag in met een beschrijving van de resultaten van de controles en de geconstateerde onregelmatigheden. Dat verslag wordt onmiddellijk na het opstellen ervan overgelegd.

2. De lidstaat neemt de nodige maatregelen om, met name aan de hand van technische en boekhoudkundige controles bij de contractsluitende organisatie en het uitvoeringsorgaan, na te gaan of:

- a) de verstrekte gegevens en bewijsstukken juist zijn, en
- b) alle verplichtingen van het in artikel 16, lid 1, bedoelde contract zijn nagekomen.

Onverminderd Verordening (EG) nr. 1848/2006 van de Commissie ⁽¹⁾ stelt de lidstaat de Commissie zo spoedig mogelijk in kennis van elke onregelmatigheid die bij de controles wordt geconstateerd.

3. Indien meerdere lidstaten bij de programma's zijn betrokken, nemen deze lidstaten de nodige maatregelen om hun controles te coördineren en stellen zij de Commissie daarvan in kennis.

4. De Commissie kan te allen tijde deelnemen aan de in de leden 1, 2 en 3 bedoelde controles. Hiertoe stellen de bevoegde nationale autoriteiten de Commissie ten minste 30 dagen vóór de uitvoering van de controles in kennis van een voorlopig tijdschema van de door de lidstaat uit te voeren controles.

De Commissie kan bovendien extra controles uitvoeren, wanneer zij dat noodzakelijk acht.

Artikel 26

Terugvordering wegens onverschuldigde betaling

1. In geval van onverschuldigde betaling betaalt de begunstigde het ten onrechte ontvangen bedrag terug, vermeerderd met een rente die wordt berekend over de periode tussen de betaling van het betrokken bedrag en de terugbetaling ervan door de betrokkene.

De toe te passen rentevoet wordt vastgesteld overeenkomstig artikel 86, lid 2, onder b), van Verordening (EG, Euratom) nr. 2342/2002.

2. De teruggevorderde bedragen en de rente worden overgemaakt aan de betaalorganen van de lidstaten, die ze vervolgens in verhouding tot de financiële bijdrage van de Gemeenschap in mindering brengen op de door het EGFL gefinancierde uitgaven.

⁽¹⁾ PB L 355 van 15.12.2006, blz. 56.

*Artikel 27***Sancties**

1. Indien sprake is van fraude of ernstige nalatigheid, betaalt de indienende organisatie het dubbele van het verschil tussen het oorspronkelijk betaalde bedrag en het daadwerkelijk verschuldigde bedrag terug.

2. Behoudens artikel 6 van Verordening (EG, Euratom) nr. 2988/95 van de Raad ⁽¹⁾ doen de in het kader van de onderhavige verordening vastgestelde verlagingen geen afbreuk aan op grond van andere communautaire of nationale regelgeving getroffen sancties.

HOOFDSTUK V

INTREKKING, OVERGANGSBEPALINGEN EN SLOTBEPALINGEN*Artikel 28***Intrekking**

De Verordeningen (EG) nr. 1071/2005 en (EG) nr. 1346/2005 worden ingetrokken.

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

Gedaan te Brussel, 5 juni 2008.

De bepalingen van de ingetrokken verordeningen blijven evenwel van toepassing op de voorlichtings- en afzetbevorderingsprogramma's waarvoor de Commissie reeds vóór de inwerkingtreding van de onderhavige verordening een financieringsbesluit heeft getroffen.

Verwijzingen naar de ingetrokken verordeningen moeten worden beschouwd als verwijzingen naar deze verordening en moeten worden gelezen volgens de concordantietabel in bijlage IV.

*Artikel 29***Inwerkingtreding**

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

Voor de Commissie
Mariann FISCHER BOEL
Lid van de Commissie

⁽¹⁾ PB L 312 van 23.12.1995, blz. 1.

BIJLAGE I

BINNENMARKT

A. LIJST VAN THEMA'S EN PRODUCTEN

- Verse groenten en fruit,
- verwerkte groenten en fruit,
- vezelvlas,
- levende planten en producten van de bloemeteelt,
- olijfolie en tafelolijven,
- zaadolie,
- melk en zuivelproducten,
- vers, gekoeld of bevroren vlees dat is geproduceerd overeenkomstig een communautaire of een nationale kwaliteitsregeling,
- het merken van consumptie-eieren,
- honing en producten van de bijenteelt,
- in bepaalde gebieden voortgebrachte kwaliteitswijnen (v.q.p.r.d.), tafelwijn met een geografische aanduiding,
- het in de landbouwwetgeving vastgestelde logo van de ultraperifere regio's,
- beschermde oorsprongsbenamingen (BOB's), beschermde geografische aanduidingen (BGA's) of gegarandeerde traditionele specialiteiten (GTS'en) in de zin van Verordening (EG) nr. 509/2006 van de Raad ⁽¹⁾ en Verordening (EG) nr. 510/2006 van de Raad ⁽²⁾, en de in het kader van die regelingen geregistreerde producten,
- biologische landbouw in de zin van Verordening (EG) nr. 2092/91 van de Raad ⁽³⁾, en de in het kader van die verordening geregistreerde producten,
- pluimveevlees.

B. RICHTSNOEREN

De onderhavige richtsnoeren vormen een leidraad om te bepalen welke boodschappen, doelgroepen en hulpmiddelen een centrale rol moeten krijgen in de voorlichtings- of afzetbevorderingsacties voor de verschillende productcategorieën.

Naast de in artikel 8, lid 1, van Verordening (EG) nr. 3/2008 bedoelde prioriteiten moeten normaliter ook de volgende beginselen in aanmerking worden genomen bij de voorbereiding van de programmavoorstellen:

- door meer dan één lidstaat ingediende programma's moeten gecoördineerde strategieën, acties en boodschappen bevatten;
- programma's moeten bij voorkeur meerdere jaren bestrijken en een reikwijdte hebben die voldoende groot is om een significant effect op de doelmarkten te sorteren. Deze programma's kunnen eventueel op de markt van verschillende lidstaten worden uitgevoerd;
- de boodschappen in het kader van de programma's moeten objectieve informatie verstrekken over de intrinsieke kenmerken en/of de voedingswaarde van de producten als onderdeel van een evenwichtig dieet, over de methoden waarmee de producten zijn geproduceerd en over de milieuvriendelijkheid ervan;
- programma's moeten boodschappen bevatten die belangrijk zijn voor de consument, de beroepssector en de handelssector in verschillende lidstaten.

⁽¹⁾ PB L 93 van 31.3.2006, blz. 1.

⁽²⁾ PB L 93 van 31.3.2006, blz. 12.

⁽³⁾ PB L 198 van 22.7.1991, blz. 1.

VERSE GROENTEN EN FRUIT

1. Algemene analyse van de situatie

Hoewel de productie van groenten en fruit in de Gemeenschap toeneemt, blijft de consumptie van deze producten in het algemeen op hetzelfde niveau.

Er is sprake van een gebrek aan belangstelling voor deze producten van de zijde van de consument, vooral bij jongeren, en met name bij kinderen en adolescenten in scholen. Dit fenomeen staat haaks op het streven naar een evenwichtige voeding.

2. Doelstellingen

Het beeld van groenten en fruit als „verse” en „natuurlijke” producten moet beter uit de verf komen, de consument moet worden gestimuleerd op regelmatige basis groenten en fruit te eten en de gemiddelde leeftijd van het groenten en fruit verbruikende publiek moet worden verlaagd. Deze laatste doelstelling kan worden bereikt door jongeren, en dan vooral kinderen en adolescenten in scholen, aan te moedigen meer groenten en fruit te eten.

3. Doelgroepen

- Gezinnen,
- kinderen in onderwijsinstellingen,
- kantines,
- artsen en voedingsdeskundigen.

4. Belangrijkste boodschappen

- Bevordering van de „vijf porties per dag”-benadering (aanbeveling om dagelijks ten minste vijf porties groenten of fruit te eten). Deze aanpak moet met name vooropstaan in het kader van acties ter bevordering van de afzet van groenten en fruit die specifiek zijn gericht op kinderen en adolescenten in onderwijsinstellingen,
- natuurlijkheid en versheid van de producten,
- kwaliteit (veiligheid, voedingswaarde en smaak, productiemethoden, milieubescherming, verband met de oorsprong van het product),
- eetplezier,
- evenwichtig dieet,
- gevarieerdheid en seizoensgebondenheid van het aanbod aan verse producten; informatie over de smaak en het gebruik van deze producten,
- traceerbaarheid,
- vlotte toegang tot de producten en gemak bij de bereiding ervan: verse groenten en fruit hoeven vaak niet te worden gekookt.

5. Belangrijkste hulpmiddelen

- Elektronische hulpmiddelen (internetsites waar de beschikbare producten worden gepresenteerd, met online-spelletjes voor kinderen),
- informatietelefoonlijn,
- PR-contacten met de media en reclame (bv. via de vakpers, damesbladen, tijdschriften voor jongeren, enz.),
- contacten met artsen en voedingsdeskundigen,
- acties in scholen, gericht op kinderen en adolescenten, met medewerking van de lesgevers en de voor de schoolkantines verantwoordelijke personen,
- consumentenvoorlichtingsacties bij verkooppunten,
- andere instrumenten (folders en brochures met productinformatie en recepten, spelletjes voor kinderen, enz.),
- visuele media (bioscopen, gespecialiseerde televisiekanalen),
- radiospots,
- deelname aan handelsbeurzen.

6. Looptijd van de programma's

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin de doelstellingen voor iedere fase worden omschreven.

VERWERKTE GROENTEN EN FRUIT

1. Algemene analyse van de situatie

De sector krijgt steeds meer concurrentie uit derde landen.

Nu de vraag geleidelijk toeneemt, vooral omdat deze producten gemakkelijk door de consument kunnen worden verwerkt, is het van groot belang dat de communautaire bedrijven de vruchten hiervan kunnen plukken. In dat licht is het gerechtvaardigd steun voor voorlichtings- en afzetbevorderingsacties uit te trekken.

2. Doelstellingen

Het product moet een moderner en jonger imago krijgen en moet vergezeld gaan van de nodige informatie om de consumptie ervan aan te moedigen.

3. Doelgroepen

- Gezinnen,
- kantines, ook in onderwijsinstellingen,
- artsen en voedingsdeskundigen.

4. Belangrijkste boodschappen

- Kwaliteit (veiligheid, voedingswaarde en smaak, bereidingsmethoden),
- gebruiksgemak,
- eetplezier,
- gevarieerdheid en beschikbaarheid van het aanbod het hele jaar door,
- evenwichtig dieet,
- traceerbaarheid.

5. Belangrijkste hulpmiddelen

- elektronische hulpmiddelen (internetsites),
- informatietelefoonlijn,
- PR-contacten met de media en reclame (bv. via de vakpers, in damesbladen, culinaire bladen, enz.),
- demonstraties bij verkooppunten,
- contacten met artsen en voedingsdeskundigen,
- andere hulpmiddelen (folders en brochures over producten en recepten),
- visuele media,
- deelname aan handelsbeurzen.

6. Looptijd van de programma's

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin de doelstellingen voor iedere fase worden omschreven.

VEZELVLAS

1. Algemene analyse van de situatie

Ten gevolge van de liberalisering van de internationale handel in textiel en kleding moet het communautaire vlas de scherpe concurrentie aangaan met zeer aantrekkelijk geprijsd vlas van buiten de Gemeenschap en met andere soorten textielvezels, terwijl het textielverbruik een stagnerende trend laat zien.

2. Doelstellingen

- Bevorderen van het imago en de reputatie van het communautaire vlas, en de aandacht vestigen op de typische eigenschappen ervan;
- het verbruik van dit product bevorderen;
- de consument informeren over de kenmerken van nieuwe producten die op de markt worden gebracht.

3. Doelgroepen

- Toonaangevende mensen uit de sector (stilisten, ontwerpers, kledingfabrikanten, uitgevers),
- distributeurs,
- lesgevers en studenten van opleidingen op het gebied van textiel, mode en decoratie,
- opiniemakers,
- consumenten.

4. Belangrijkste boodschappen

- Kwaliteit is het resultaat van de omstandigheden waarin de grondstof is geproduceerd, van het gebruik van geschikte variëteiten en van de deskundigheid van de verschillende actoren in de productieketen;
- de communautaire vlassector wordt gekenmerkt door een uitgebreid productaanbod (kleding, decoratie, huishoudlinnen) en door creativiteit en innovatie.

5. Belangrijkste hulpmiddelen

- Elektronische hulpmiddelen (internetsites),
- vakbeurzen,
- voorlichting aan ontwerpers, kledingfabrikanten, distributeurs en uitgevers,
- voorlichting bij verkooppunten,
- betrekkingen met de vakpers,
- didactische voorlichtingsacties in scholen die opleidingen tot textielingenieur, modeopleidingen, enz. aanbieden.

6. Looptijd van de programma's

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin de doelstellingen voor iedere fase worden omschreven.

LEVENDE PLANTEN EN PRODUCTEN VAN DE BLOEMENTEELT

1. Algemene analyse van de situatie

De sector wordt gekenmerkt door toenemende concurrentie aan de aanbodzijde tussen communautaire en niet-communautaire producten.

De beoordelingsstudies van de afzetbevorderingscampagnes in de periode 1997-2000 lijken erop te wijzen dat de afzet van communautaire producten in de Gemeenschap gebaat is bij een betere organisatie en rationalisatie van de gehele keten (van producent tot distributeur) en bij een betere voorlichting van de consument over de intrinsieke eigenschappen en de gevarieerdheid van de communautaire productie.

2. Doelstellingen

- Bevordering van de afname van bloemen en planten van communautaire oorsprong;
- bevordering van het gebruik van en de kennis over milieuvriendelijke productiemethoden;
- versterking van het partnerschap tussen vakmensen uit meerdere lidstaten, via, onder meer, uitwisseling van de meest geavanceerde vakkennis en een betere voorlichting van alle actoren in de productieketen.

3. Doelgroepen

- Producenten, kwekerijen, distributeurs en andere marktdeelnemers uit de sector,
- studenten en schoolkinderen,
- informatiedoorgeefluiken: journalisten, lesgevers,
- consumenten.

4. Belangrijkste boodschappen

- Informatie over de kwaliteit en de gevarieerdheid van de communautaire producten,
- milieuvriendelijke productiemethoden,
- technieken voor een duurzamere productie,

- een optimale mengeling van bloemen- en plantenvariëteiten,
- het belang van bloemen en planten voor het welzijn en de levenskwaliteit.

5. Belangrijkste hulpmiddelen

- Contacten met de media,
- stands met producten uit verschillende lidstaten op beurzen en tentoonstellingen,
- opleidingsacties voor vakmensen, consumenten en studenten,
- acties voor de uitwisseling van kennis over duurzamere producten,
- consumentenvoorlichtingsacties via de pers en via initiatieven als de publicatie van catalogi en tuinkalenders en eventueel de organisatie van „plant van de maand“-campagnes,
- toenemend gebruik van elektronische media (internet, CD-ROM, enz.).

6. Looptijd van de programma's

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor programma's waarin voor iedere fase een strategie en naar behoren gemotiveerde doelstellingen worden omschreven.

OLIJFOLIE EN TAFELOLIJVEN

1. Algemene analyse van de situatie

Tegen de achtergrond van het stijgende aanbod van olijfolie en tafelolijven heeft de Gemeenschap de afzetmarkten binnen en buiten de Europese Unie nodig om het evenwicht op haar markt te bewaren. De communautaire vraag naar deze producten verschilt sterk, naargelang van het soort markt (traditionele of relatief nieuwe consumentenmarkten).

In de lidstaten die tot de „traditionele consumentenmarkten” worden gerekend (Spanje, Italië, Griekenland en Portugal) zijn de betrokken producten over het algemeen goed bekend en worden ze in aanzienlijke hoeveelheden geconsumeerd. Hoewel de vraag op dergelijke volgroeide markten wellicht nauwelijks zal toenemen, zullen deze landen, met hun aanzienlijk aandeel in de olijfolieconsumptie, van groot belang blijven voor de sector.

In de lidstaten die tot de „nieuwe consumentenmarkten” worden gerekend, is de consumptie per capita weliswaar gestegen, maar in de Gemeenschap in haar samenstelling op 30 april 2004 ligt zij nog steeds laag en in de meeste lidstaten die op 1 mei 2004 zijn toegetreden, is de consumptie zelfs marginaal. Een groot aantal consumenten is niet op de hoogte van de positieve eigenschappen en de talrijke gebruiksmogelijkheden van olijfolie en tafelolijven. Kortom: het groeipotentieel aan de vraagzijde in deze sector is aanzienlijk.

2. Doelstellingen

- Om de consumptie in de lidstaten die tot de „nieuwe consumentenmarkten” worden gerekend, te verhogen, moet in de eerste plaats de marktpenetratie worden vergroot en moet het gebruik van deze producten worden bevorderd door de diverse gebruiksmogelijkheden te belichten en de nodige informatie te verstrekken;
- de consumptie in de lidstaten die tot de „traditionele consumentenmarkten” worden gerekend, moet worden geconsolideerd en ontwikkeld door de consument beter voor te lichten over minder bekende aspecten en door jongeren aan te moedigen deze producten geregeld te kopen.

3. Doelgroepen

- Voor de inkopen verantwoordelijke personen: de leeftijdscategorie van 20 tot 40 jaar in de lidstaten die tot de „traditionele consumentenmarkten” worden gerekend,
- opiniemakers (gastronomen, chef-koks, restauranthouders, journalisten), de algemene pers en de vakpers (culinaire bladen, damesbladen, lifestylebladen en dergelijke),
- medische en paramedische pers,
- distributeurs (in de lidstaten die tot de „nieuwe consumentenmarkten” worden gerekend).

4. Belangrijkste boodschappen

- De gastronomische en de organoleptische eigenschappen van olijfolie van eerste persing (aroma, kleur, smaak) verschillen naar gelang van de variëteit, het gebied, de oogst, de BOB/BGA, enz. Deze verscheidenheid staat garant voor een groot scala aan culinaire mogelijkheden en voor culinair genot in al zijn facetten;
- de verschillende soorten olijfolie;

- olijfolie vormt wegens de hoge voedingswaarde een belangrijk onderdeel van een gezonde en uitgebalanceerde voeding en is bovendien ook nog smakelijk;
- voorlichting over de regelgeving op het gebied van controle, kwaliteitscertificering en etikettering van olijfolie;
- informatie over alle in de Gemeenschap geregistreerde soorten olijfolie/tafelolijven met een BOB/BGA;
- tafelolijven zijn een gezond en natuurlijk product dat geschikt is als tussendoortje en als ingrediënt in complexe gerechten;
- kenmerken van de verschillende variëteiten tafelolijven.

Specifiek voor de lidstaten die tot de „nieuwe consumentenmarkten” worden gerekend:

- olijfolie, en met name die van eerste persing, is een natuurlijk, traditioneel en met aloude kennis vervaardigd product dat past in een moderne keuken vol verschillende smaken en dat niet alleen in de mediterrane, maar ook in de hedendaagse keuken uitstekend tot zijn recht komt;
- kooktips.

Specifiek voor de lidstaten die tot de „traditionele consumentenmarkten” worden gerekend:

- de voordelen van de aankoop van gebottelde olijfolie (met op de fles een etiket waarop informatie staat vermeld waar de consument iets aan heeft);
- actualisering van het productimago met zijn lange geschiedenis en zijn belangrijke culturele dimensie.

Onverminderd artikel 4, lid 3, moet de informatie over de voedingswaarde van olijfolie en tafelolijven gebaseerd zijn op algemeen aanvaarde wetenschappelijke gegevens en moet ze voldoen aan de vereisten van Richtlijn 2000/13/EG van het Europees Parlement en de Raad ⁽¹⁾.

5. Belangrijkste hulpmiddelen

- Internet en andere elektronische hulpmiddelen (CD-ROM, DVD, enz.),
- promotie bij verkooppunten (proeverijen, recepten, voorlichting),
- contacten met de pers en PR (evenementen, deelname aan beurzen, enz.),
- reclame (of redactionele artikelen met reclame) in de algemene pers, culinaire bladen, dames- en lifestylebladen),
- acties in samenwerking met de medische en de paramedische wereld (PR),
- audiovisuele media (televisie en radio),
- deelname aan handelsbeurzen.

6. Looptijd en reikwijdte van de programma's

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin voor iedere fase een strategie en naar behoren gemotiveerde doelstellingen worden omschreven.

Er zal voorrang worden gegeven aan programma's die ten uitvoer worden gelegd in ten minste twee tot de „nieuwe consumentenmarkten” gerekende lidstaten.

ZAADOLIE

Er zal voorrang worden gegeven aan programma's waarin raapzaadolie of de kenmerken van verschillende soorten communautaire zaadolie centraal staan.

A. RAAPZAADOLIE

1. Algemene analyse van de situatie

De raapzaadolieproductie komt niet in aanmerking voor specifieke steun in het hervormde gemeenschappelijk landbouwbeleid en moet op de markt worden afgestemd. Nu de graansector met een structurele overproductie te kampen heeft, kan een toenemende productie van raapzaadolie helpen de markt van de akkerbouwgewassen in evenwicht te brengen en het verbruik van verschillende soorten plantaardige olie in de Gemeenschap te verhogen. De Gemeenschap is momenteel een netto-exporteur van raapzaadolie.

⁽¹⁾ PB L 109 van 6.5.2000, blz. 29.

De afgelopen decennia zijn er raapzaadvariëteiten ontwikkeld die op het gebied van voedingswaarde over belangrijke eigenschappen beschikken. Dit heeft geleid tot een betere kwaliteit van het product. Er is bovendien een aantal nieuwe producten ontwikkeld, zoals koudgeperste raapzaadolie met een karakteristieke, nootachtige smaak.

Internationaal onderzoek naar de voedingswaarde van raapzaadolie heeft de positieve fysiologische en voedingskenmerken van het product aangetoond. Artsen, voedingsdeskundigen en consumenten moeten op de hoogte worden gebracht van deze recente onderzoeksresultaten.

2. Doelstellingen

- Mensen bewuster maken van de kenmerken van raapzaadolie en de recente ontwikkeling die dit product heeft doorgemaakt;
- de consumptie verhogen door de consument, de medische en de paramedische wereld voor te lichten over het gebruik en de voedingswaarde van raapzaadolie.

3. Doelgroepen

- Gezinnen, en vooral de gezinsleden die de boodschappen voor hun rekening nemen,
- opiniemakers (journalisten, chef-koks, artsen en voedingsdeskundigen),
- distributeurs,
- medische en paramedische pers,
- agrov voedingssector.

4. Belangrijkste boodschappen

- Raapzaadolie is een product met een hoge voedingswaarde, en vormt derhalve een belangrijk onderdeel van een evenwichtige en gezonde voeding;
- de gunstige vetzuursamenstelling van raapzaadolie;
- kookadvies;
- informatie over de evolutie van het product en de variëteiten ervan;

Onderminderd artikel 4, lid 3, moet de informatie over de voedingswaarde van raapzaadolie gebaseerd zijn op algemeen aanvaarde wetenschappelijke gegevens en moet ze voldoen aan de vereisten van Richtlijn 2000/13/EG.

5. Belangrijkste hulpmiddelen

- Promotie bij verkooppunten (proeverijen, recepten, voorlichting),
- reclame (of redactionele artikelen met reclame) in de algemene pers, culinaire bladen, dames- en lifestyle-bladen),
- PR (evenementen, deelname aan voedingsbeurzen),
- acties in samenwerking met de medische en paramedische wereld,
- acties in samenwerking met restaurants, cateringbedrijven en chef-koks,
- internet.

6. Looptijd van de programma's

12 tot 36 maanden.

B. ZONNEBLOEMOLIE

Programma's voor zonnebloemolie krijgen alleen voorrang indien dat op grond van de marktomstandigheden gerechtvaardigd is.

1. Algemene analyse van de situatie

Het communautaire zonnebloemareaal bestrijkt meer dan 2 miljoen ha en levert jaarlijks een productie van meer dan 3,5 miljoen ton zonnebloemzaad op. De in de Gemeenschap geconsumeerde zonnebloemolie wordt grotendeels geproduceerd op basis van zaad dat in de lidstaten is geteeld. Aangezien minder wordt geperst, zal de communautaire zonnebloemolieproductie in het verkoopseizoen 2004/2005 evenwel teruglopen. Gezien de stijgende prijzen op de wereldmarkt en het mogelijk te kleine aanbod wordt geen voorrang gegeven aan programma's die uitsluitend zijn toegespitst op zonnebloemolie. Zonnebloemolie mag wél worden opgenomen als één van de producten in programma's voor meerdere soorten zaadolie van communautaire oorsprong.

Zonnebloemolie is bijzonder geschikt voor bepaalde toepassingen, bijvoorbeeld om te bakken en te braden. Bovendien heeft de olie een hoog gehalte aan onverzadigde vetten en is hij rijk aan vitamine E. De campagnes hebben tot doel consumenten, handelaren en distributeurs te informeren over de gebruiksmogelijkheden, soorten en kenmerken van zonnebloemolie en over de communautaire regelgeving inzake de kwaliteit van dit product. De campagnes moeten in het teken staan van objectieve voorlichting.

2. Doelstellingen

De consument en de handel informeren over:

- de gebruiksmogelijkheden, de kenmerken en de voedingswaarde van zonnebloemolie,
- de regelgeving en de normen inzake kwaliteit; de etiketteringsregels.

3. Doelgroepen

- Gezinnen, en vooral de gezinsleden die de boodschappen voor hun rekening nemen,
- opiniemakers (journalisten, chef-koks, artsen en voedingsdeskundigen),
- distributeurs,
- agrovoedingssector.

4. Belangrijkste boodschappen

De programma's moeten informatie verstrekken over:

- de voordelen van een juist gebruik van zonnebloemolie. Olie die geproduceerd is op basis van zonnebloemzaad is in vergelijking met andere plantaardige olie rijk aan vitamine E, en staat bovendien bekend om zijn lichte smaak en goede bak- en braadprestatie;
- regelgeving en normen inzake de kwaliteit van zonnebloemolie;
- de vetzuursamenstelling en de voedingswaarde van zonnebloemolie;
- de resultaten van wetenschappelijk onderzoek en de technische ontwikkeling van zonnebloemolie en andere soorten plantaardige olie;

Onverminderd artikel 4, lid 3, moet de informatie over de voedingswaarde van zonnebloemolie gebaseerd zijn op algemeen aanvaarde wetenschappelijke gegevens en moet ze voldoen aan de vereisten van Richtlijn 2000/13/EG.

5. Belangrijkste hulpmiddelen

- Verdeling van voorlichtingmateriaal bij verkooppunten en aan de handel,
- reclame (of redactionele artikelen met reclame) in de algemene pers, de culinaire pers, dames- en lifestylebladen,
- PR (evenementen, deelname aan voedingsbeurzen),
- internet.

6. Looptijd van de programma's

12 tot 36 maanden.

MELK EN ZUIVELPRODUCTEN

1. Algemene analyse van de situatie

Een van de voornaamste oorzaken waarom, vooral in landen met een hoge consumptie, inmiddels minder melk wordt gedronken, is de populariteit van frisdranken in het jongerensegment van de markt. Melkvervangers nemen geleidelijk de plaats in van drinkmelk. Daar staat tegenover dat de totale consumptie van zuivelproducten, uitgedrukt in melkequivalent, toeneemt.

2. Doelstellingen

- Verhoging van de consumptie van drinkmelk op markten met een groeipotentieel, en behoud van het consumptieniveau op verzadigde markten,
- verhoging van de consumptie van zuivelproducten in het algemeen,
- bevordering van de consumptie van melk en zuivelproducten door jongeren, de toekomstige volwassen consumenten.

3. Doelgroepen

Consumenten in het algemeen, en in het bijzonder:

- kinderen en adolescenten, met name meisjes van 8 tot 13 jaar,
- vrouwen van verschillende leeftijdscategorieën,
- ouderen.

4. Belangrijkste boodschappen

- Melk en zuivelproducten zijn gezonde, natuurlijke en smakelijke producten die goed passen in een moderne levensstijl;
- de specifieke voedingswaarde van melk en zuivelproducten komt met name bepaalde leeftijdscategorieën ten goede;
- de boodschap moet positief zijn en moet rekening houden met de specificiteit van de consumptie op de verschillende markten;
- de zuivelmarkt speelt met zijn uitgebreide gamma in op de uiteenlopende behoeften van de consumenten en op de verschillende consumptieomstandigheden;
- er moet worden gewezen op de beschikbaarheid van zuivelproducten met een lager vetgehalte die geschikter zijn voor bepaalde consumenten;
- om de consument te overtuigen van de voordelen van regelmatige consumptie van melk en zuivelproducten, moet tijdens de gehele looptijd van het programma worden gehamerd op de belangrijkste boodschappen;

Onverminderd artikel 4, lid 3, moet de informatie over de voedingswaarde van melk en zuivelproducten gebaseerd zijn op algemeen aanvaarde wetenschappelijke gegevens en moet ze voldoen aan de vereisten van Richtlijn 2000/13/EG.

5. Belangrijkste hulpmiddelen

- Elektronische hulpmiddelen,
- informatietelefoonlijn,
- contacten met de media en reclame (vakpers, damesbladen, jongerenbladen, enz.),
- contacten met artsen en voedingsdeskundigen,
- contacten met lesgevers en scholen,
- andere hulpmiddelen (folders en brochures, spelletjes voor kinderen, enz.),
- demonstraties bij verkooppunten,
- visuele media (bioscopen, gespecialiseerde televisiekanalen),
- radiospots,
- deelname aan tentoonstellingen en beurzen.

6. Looptijd en reikwijdte van de programma's

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin de doelstellingen voor iedere fase worden omschreven.

VERS, GEKOELD OF BEVROREN VLEES DAT IS GEPRODUCEERD OVEREENKOMSTIG EEN COMMUNAUTAIRE OF EEN NATIONALE KWALITEITSREGELING

1. Algemene analyse van de situatie

Wegens de sanitaire problemen met een groot aantal belangrijke dierlijke producten is het des te meer nodig het vertrouwen van de consument in communautaire vleesproducten te versterken.

Dit impliceert dat objectieve informatie moet worden verstrekt over de communautaire en de nationale kwaliteitsregelingen en over de controles die bovenop de algemene wetgeving inzake voedselveiligheid en controles moeten worden verricht. Met hun productspecificaties en aanvullende controlestructuren bieden deze regels en controles een extra garantie.

2. Doelstellingen

- De voorlichtingscampagnes hebben uitsluitend betrekking op producten die worden geproduceerd in het kader van communautaire kwaliteitsregelingen (BOB/BGA/GTS en biologische landbouw) en kwaliteitsregelingen die door de lidstaten zijn erkend en voldoen aan de criteria van artikel 32 van Verordening (EG) nr. 1698/2005. Onverminderd artikel 15, lid 2, van de onderhavige verordening, mogen de op grond van deze verordening gefinancierde voorlichtingscampagnes geen steun krijgen in het kader van Verordening (EG) nr. 1698/2005;

- in het kader van de campagnes moet objectieve en exhaustieve informatie worden verstrekt over de communautaire en de nationale regels inzake kwaliteitsregelingen voor de borging van de veiligheid van vleesproducten. Consumenten, opiniemakers en distributeurs moeten tijdens de campagnes worden geïnformeerd over de productspecificaties en de effectieve controles in het kader van deze kwaliteitsregelingen.

3. Doelgroepen

- Consumenten en consumentenverenigingen,
- gezinsleden die de boodschappen voor hun rekening nemen,
- instellingen (restaurants, ziekenhuizen, scholen, enz.),
- distributeurs en groeperingen van distributeurs,
- journalisten en opiniemakers.

4. Belangrijkste boodschappen

- De kwaliteitsregelingen staan borg voor een specifieke productiewijze en voor strengere controles dan op grond van de wetgeving vereist is;
- deze vleesproducten hebben bijzondere kenmerken of overstijgen de gewone handelskwaliteit;
- de communautaire en de nationale kwaliteitsregelingen zijn transparant en staan garant voor een waterdichte traceerbaarheid van de producten;
- via de etikettering van het vlees kan de consument vaststellen of het een kwaliteitsproduct betreft en welke de herkomst en de kenmerken ervan zijn.

5. Belangrijkste hulpmiddelen

- Internet,
- PR met de media en reclame (wetenschappelijke en gespecialiseerde pers, vrouwenbladen, kranten 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 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin voor iedere fase gemotiveerde doelstellingen zijn omschreven.

HET MERKEN VAN CONSUMPTIE-EIEREN

1. Algemene analyse van de situatie

Sinds 1 januari 2004 wordt, overeenkomstig artikel 4, lid 1, van Verordening (EG) nr. 1028/2006 van de Raad ⁽¹⁾, op de schaal van alle voor menselijke consumptie bestemde eieren een code gestempeld ter identificatie van de producent en het houderijsysteem. Deze code bestaat uit een cijfer ter identificatie van het houderijsysteem (0 = biologische productie, 1 = vrije uitloop, 2 = volièrè, 3 = batterij), de ISO-code van de lidstaat waar de productie-inrichting is gevestigd en een identificatienummer dat door de bevoegde autoriteit aan deze inrichting is toegekend.

2. Doelstellingen

- De consument informeren over de nieuwe normen voor het merken van eieren, en de betekenis van de op de eieren gestempelde code volledig uitleggen;
- de voor de productie van eieren gebruikte houderijsystemen duidelijk aangeven aan de hand van de op de eieren gestempelde code;
- informatie verstrekken over de bestaande traceersystemen.

3. Doelgroepen

- Consumenten en distributeurs,
- opiniemakers.

⁽¹⁾ PB L 186 van 7.7.2006, blz. 1.

4. Belangrijkste boodschappen

- Informatie verspreiden over de nieuwe code die overeenkomstig Richtlijn 2002/4/EG van de Commissie ⁽¹⁾ op de eieren wordt gestempeld, en over de kenmerken van de verschillende categorieën eieren waarnaar de code verwijst;
- in de boodschap mag geen voorkeur voor een bepaalde productiemethode worden aangegeven en mag geen uitspraak worden gedaan over de voedingswaarde en het effect op de gezondheid van de consumptie van eieren. Er mag geen onderscheid worden gemaakt tussen de eieren op basis van hun herkomst uit deze of gene lidstaat.

5. Belangrijkste hulpmiddelen

- Elektronische hulpmiddelen (internetsite, enz.),
- drukwerk (folders, brochures, enz.),
- voorlichting bij verkooppunten,
- reclame in de pers en in tijdschriften op het gebied van voeding, damesbladen, enz.,
- contacten met de media.

6. Looptijd van het programma

12 tot 24 maanden.

HONING EN PRODUCTEN VAN DE BIJENTEELT

1. Algemene analyse van de situatie

De communautaire kwaliteitshoning en -bijenteelproducten worden nauwelijks door de Europese Unie gesubsidieerd en krijgen steeds meer te kampen met internationale concurrentie. Deze situatie wordt nog nijpender door de hoge productiekosten in de Gemeenschap.

Krachtens Richtlijn 2001/110/EG van de Raad ⁽²⁾ moeten nauw met elkaar verbonden aspecten als de kwaliteit en de oorsprong van het product sinds 2001 op het etiket worden vermeld. De gesubsidieerde programma's moeten vooral betrekking hebben op communautaire honingsoorten en bijenteelproducten waarvan de benaming is aangevuld met vermeldingen inzake de regionale, territoriale of topografische oorsprong, of inzake kwaliteitslabels die zijn gecertificeerd door de Gemeenschap (BOB/BGA/GTS, biologische landbouw) of door een lidstaat.

2. Doelstellingen

- De consument informeren over de diversiteit, de organoleptische eigenschappen en de productieomstandigheden van de communautaire bijenteelproducten;
- de consument informeren over de eigenschappen van niet-gefilterde en niet-gepasteuriseerde communautaire honing;
- de consument wegwijs maken in de etikettering van communautaire honing, en de producenten ertoe aanzetten hun etiketten duidelijker te maken;
- de consumptie sturen in de richting van kwaliteitshoning door te wijzen op de traceerbaarheid van dit product.

3. Doelgroepen

- Consumenten, en met name de leeftijdsgroep tussen 20 en 40 jaar,
- ouderen en kinderen,
- opiniemakers.

4. Belangrijkste boodschappen

- Informatie over de communautaire regelgeving inzake veiligheid, hygiëne bij de productie, kwaliteitscertificering en etikettering;
- honing is een natuurlijk, traditioneel en met beproefde kennis vervaardigd product met talrijke toepassingsmogelijkheden in de moderne keuken;
- de door de geografische en botanische oorsprong en door de seizoenen bepaalde grote verscheidenheid aan honingsoorten;
- advies over het gebruik en de voedingswaarde;
- het garanderen van de bestuiving is essentieel voor het behoud van de biodiversiteit.

⁽¹⁾ PB L 30 van 31.1.2002, blz. 44.

⁽²⁾ PB L 10 van 12.1.2002, blz. 47.

5. Belangrijkste hulpmiddelen

- Reclame in algemene en gespecialiseerde bladen (gastronomie — lifestyle),
- Internet, bioscopen en andere audiovisuele media (televisie, radio),
- verkooppunten,
- deelname aan tentoonstellingen en beurzen,
- PR voor het grote publiek, organisatie van evenementen voor acties in restaurants en cateringbedrijven,
- voorlichting in scholen (instructies voor lesgevers en studenten van hotelscholen en horecaopleidingen).

6. Looptijd en reikwijdte van de programma's

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor programma's waarin voor iedere fase een strategie en naar behoren gemotiveerde doelstellingen worden omschreven.

VQPRD, TAFELWIJN MET EEN GEOGRAFISCHE AANDUIDING

1. Algemene analyse van de situatie

De sector wordt gekenmerkt door een grote productie en heeft tegelijkertijd te kampen met een stagnerende, voor sommige wijnsoorten zelfs dalende consumptie, terwijl bovendien het aanbod uit derde landen toeneemt.

2. Doelstellingen

- De consumptie van communautaire wijn verhogen;
- de consument informeren over de ruime keus en de kwaliteit, alsmede over de omstandigheden waarin de Europese wijnen worden geproduceerd en over de resultaten van wetenschappelijke studies.

3. Doelgroepen

- Distributeurs,
- consumenten, met uitzondering van kinderen en adolescenten overeenkomstig Aanbeveling 2001/458/EG van de Raad ⁽¹⁾,
- opiniemakers: journalisten, deskundigen op het gebied van gastronomie,
- hotelscholen en horecaopleidingen.

4. Belangrijkste boodschappen

- In de communautaire regelgeving zijn strenge regels vastgesteld op het gebied van productie, kwaliteitsaanduidingen, etikettering en verkoop van wijn, die voor de consument de kwaliteit en de traceerbaarheid van het aangeboden product garanderen;
- het plezier te kunnen kiezen uit een ruim assortiment Europese wijnen van verschillende oorsprong;
- informatie over de communautaire wijnteelt en de band tussen de teelt en de regionale en lokale situatie, cultuur en smaak.

5. Belangrijkste hulpmiddelen

- Voorlichting en PR,
- opleiding voor distributeurs en restaurants,
- contacten met de vakpers,
- andere hulpmiddelen (internetsite, folders en brochures) om de consument wegwijs te maken in het aanbod en om de consumptie in de huiselijke kring, bij feestelijke gelegenheden, enz. te bevorderen,
- stands met producten uit verschillende lidstaten op beurzen en tentoonstellingen.

6. Looptijd van de programma's

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin de doelstellingen voor iedere fase worden omschreven.

⁽¹⁾ PB L 161 van 16.6.2001, blz. 38.

PRODUCTEN MET EEN BESCHERMDE OORSPRONGSBENAMING (BOB) OF EEN BESCHERMDE GEOGRAFISCHE AANDUIDING (BGA), EN GEGARANDEERDE TRADITIONELE SPECIALITEITEN (GTS)

1. Algemene analyse van de situatie

De in de Verordeningen (EG) nr. 509/2006 en (EG) nr. 510/2006 vastgestelde regeling voor de bescherming van productbenamingen speelt een essentiële rol in de tenuitvoerlegging van de kwaliteitsaanpak van het gemeenschappelijk landbouwbeleid. Er moet dan ook worden geopteerd voor een voortzetting van de inspanningen om campagnes op te zetten die tot doel hebben deze producten — en de beschermde benamingen die ze dragen — bekend te maken bij iedereen die bij de productie, bereiding, afzet en consumptie ervan betrokken is.

2. Doelstellingen

De voorlichtings- en afzetbevorderingscampagnes moeten, veeleer dan op één of een zeer beperkt aantal productbenamingen, gericht zijn op groepen van benamingen die zijn toegekend aan bepaalde productcategorieën of aan producten die in één of meer regio's van één of meer lidstaten worden geproduceerd.

De campagnes moeten tot doel hebben:

- uitvoerige informatie te verstrekken over de inhoud, de werking en het communautaire karakter van de regelingen, en met name over het effect ervan op de commerciële waarde van producten met beschermde benamingen, die, zodra ze zijn geregistreerd, profiteren van de bescherming die uit deze regelingen voortvloeit;
- consumenten, distributeurs en vaklui uit de voedingssector vertrouwd te maken met de communautaire logo's voor BOB/BGA/GTS-producten;
- het gebruik van de regeling aan te moedigen bij groeperingen van producenten/verwerkers uit de betrokken regio's die er nog niet aan deelnemen, met name door hen ertoe aan te zetten de benamingen van producten die aan de basisvoorwaarden voor registratie voldoen, te laten registreren;
- producenten/verwerkers die nog niet aan de regelingen deelnemen, aan te moedigen in de productie van producten met geregistreerde benamingen te stappen, en hen ertoe aan te zetten om met het oog daarop de specificaties en controlevoorschriften die voor de betrokken beschermde benamingen zijn vastgesteld, in acht te nemen;
- de vraag naar de betrokken producten te stimuleren door consumenten en distributeurs te informeren over het bestaan, de betekenis en de voordelen van de regelingen en de desbetreffende logo's, alsmede over de voorwaarden voor de toekenning van de benamingen, de desbetreffende controles en het traceersysteem.

3. Doelgroepen

- Producenten en verwerkers,
- distributeurs (supermarkten, groothandel, kleinhandel, cateringbedrijven, kantines, restaurants),
- consumenten en consumentenverenigingen,
- informatiedoorgeefluiken.

4. Belangrijkste boodschappen

- Producten met beschermde benamingen hebben specifieke kenmerken die in verband staan met hun geografische oorsprong. Heeft een product een BOB, dan zijn de kwaliteit of de kenmerken ervan hoofdzakelijk of uitsluitend toe te schrijven aan het geografische milieu, dat factoren van natuurlijke en menselijke aard omvat. Producten met een BGA zijn producten met een bepaalde hoedanigheid of faam die aan de geografische oorsprong kan worden toegeschreven en waarvan de productie en/of de verwerking en/of de bereiding in het afgebakende geografische gebied plaatsvinden;
- de specifieke kenmerken van GTS-producten zijn terug te voeren op een typische, traditionele productiewijze of op het gebruik van traditionele grondstoffen;
- producten met het communautaire BOB/BGA/GTS-logo worden in de hele Gemeenschap beschouwd als producten die op een door geografie en traditie bepaalde wijze zijn geproduceerd en waarop controles worden toegepast;
- andere kwaliteitsaspecten van de betrokken producten (veiligheid, voedingswaarde, smaak, traceerbaarheid);
- presentatie van bepaalde BOB/BGA/GTS-producten als voorbeelden van de commerciële meerwaarde die de registratie in het kader van de beschermingsregelingen aan producten kan geven;
- de beschermingsregelingen zijn bevorderlijk voor het culturele erfgoed van de Gemeenschap, voor de diversiteit van de landbouwproductie en voor het behoud van het platteland.

5. Belangrijkste hulpmiddelen

- Elektronische hulpmiddelen (internetsites),
- PR-contacten met de media (bv. vakpers, damesbladen, culinaire bladen),
- contacten met consumentenverenigingen,
- voorlichting en demonstraties bij verkooppunten,
- audiovisuele media (bv. televisiespots),
- drukwerk (folders, brochures, enz.),
- deelname aan handelsbeurzen,
- voorlichtings- en opleidingsseminars/acties over de werking van de communautaire regelingen inzake BOB's, BGA's en GTS'en.

6. Looptijd van de programma's

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin voor iedere fase een strategie en duidelijke doelstellingen worden omschreven.

VOORLICHTING OVER HET LOGO VAN DE ULTRAPERIFERE REGIO'S

1. Algemene analyse van de situatie

Dit richtsnoer heeft betrekking op de in artikel 299, lid 2, van het Verdrag gedefinieerde ultraperifere regio's van de Gemeenschap. Uit de externe evaluatie blijkt dat de in 1998/1999 opgezette communautaire voorlichtingscampagne over het logo van de ultraperifere gebieden op grote belangstelling van de verschillende marktdeelnemers kon rekenen.

Een aantal producenten en verwerkers heeft de erkenning van eigen kwaliteitsproducten aangevraagd om dit logo te kunnen gebruiken.

Wegens de korte looptijd van deze eerste campagne lijkt het wenselijk om de voorlichting over de betekenis en de voordelen van het logo voort te zetten.

2. Doelstellingen

- Bekendheid geven aan het bestaan, de betekenis en de voordelen van het logo;
- producenten en verwerkers in de betrokken regio's ertoe aanzetten het logo te gebruiken;
- distributeurs en consumenten vertrouwder maken met het logo.

3. Doelgroepen

- Plaatselijke producenten en verwerkers,
- distributeurs en consumenten,
- informatiedoorgeefluiken.

4. Belangrijkste boodschappen

- Het product is typisch en natuurlijk,
- de plaats van oorsprong van het product is een regio van de Gemeenschap,
- kwaliteit (veiligheid, voedingswaarde en smaak, productiemethode, verband met de oorsprong),
- exotisch cachet,
- de gevarieerdheid van het aanbod, ook buiten het seizoen,
- traceerbaarheid.

5. Belangrijkste hulpmiddelen

- Elektronische hulpmiddelen (internetsite, enz.),
- informatietefoonlijn,
- PR-contacten met de media (bv. vakpers, damesbladen, culinaire bladen),
- demonstraties op verkooppunten, beurzen, enz.,
- contacten met artsen en voedingsdeskundigen,

- andere hulpmiddelen (folders, brochures, recepten, enz.),
- audiovisuele media,
- reclame in de gespecialiseerde en de plaatselijke pers.

6. Looptijd van de programma's

12 tot 36 maanden.

PRODUCTEN VAN DE BIOLOGISCHE LANDBOUW

1. Algemene analyse van de situatie

Ondanks de populariteit van biologische landbouwproducten in de steden blijft het marktaandeel van deze producten vooralsnog beperkt.

Consumenten en andere betrokken groepen weten intussen meer over de biologische landbouwproductiewijze, maar hun kennisniveau is nog steeds betrekkelijk laag.

In het Europees actieplan voor biologisch voedsel en biologische landbouw⁽¹⁾ worden voorlichtings- en afzetbevorderingsacties beschouwd als instrumenten die van essentieel belang zijn voor de ontwikkeling van de vraag naar biologisch voedsel.

2. Doelstellingen

De voorlichtings- en afzetbevorderingscampagnes moeten, veeleer dan op één of een zeer beperkt aantal producten, gericht zijn op groepen producten of op de biologische landbouwmethode zoals die in één of meer regio's van één of meer lidstaten wordt toegepast.

De campagnes moeten tot doel hebben:

- de consumptie van biologisch voedsel te bevorderen;
- de consument vertrouwd te maken met de etikettering van biologische producten, en met name met het communautaire logo;
- het publiek volledig te informeren over en bewuster te maken van de voordelen van de biologische landbouw, met name op het gebied van milieubescherming, dierenwelzijn, behoud van het platteland en de ontwikkeling van plattelandsgebieden;
- het publiek volledig te informeren over de inhoud en de werking van de communautaire regelgeving over de biologische landbouw;
- (verenigingen van) producenten/verwerkers/kleinhandelaren, zowel als restaurants aan te moedigen over te schakelen op biologisch produceren/biologische producten.

3. Doelgroepen

- Consumenten in het algemeen, consumentenverenigingen en specifieke subgroepen van consumenten,
- informatiedoorgeefluiken,
- distributeurs (supermarkten, groothandel, speciaalzaken, cateringbedrijven, kantines, restaurants),
- lesgevers en scholen.

4. Belangrijkste boodschappen

- De biologische landbouw levert natuurlijke, smakelijke producten die passen in een moderne levensstijl en die worden geproduceerd op een milieuvriendelijke en diervriendelijke manier. Deze vorm van landbouw is bovendien bevorderlijk voor de diversiteit van de landbouwproductie en het behoud van het platteland;
- de producten worden overeenkomstig stringente regels geproduceerd en gecontroleerd, en moeten onder meer volledig traceerbaar zijn zodat kan worden gegarandeerd dat ze afkomstig zijn van een landbouwbedrijf waarvoor een controlesysteem betreffende de biologische productie geldt;
- het gebruik van woorden als „ecologisch” en „biologisch” met betrekking tot levensmiddelen is wettelijk geregeld. Het communautaire logo voor biologische producten wordt in de hele Gemeenschap begrepen en geeft aan dat de betrokken producten aan strenge communautaire productiecriteria voldoen en streng zijn gecontroleerd. Informatie over het communautaire logo mag worden aangevuld met informatie over door de lidstaten ingevoerde logo's;
- andere kwaliteitsaspecten van de betrokken producten (veiligheid, voedingswaarde, smaak).

⁽¹⁾ COM(2004) 415 definitief.

5. Belangrijkste hulpmiddelen

- Elektronische hulpmiddelen (internetsite),
- informatietelefoonlijn,
- PR-contacten met de media (vakpers, damesbladen, culinaire bladen, bladen van de voedingsindustrie),
- contacten met consumentenverenigingen,
- voorlichting bij verkooppunten,
- acties in scholen,
- audiovisuele media (bv. gerichte televisiespots),
- drukwerk (folders, brochures, enz.),
- deelname aan handelsbeurzen,
- voorlichtings- en opleidingsseminars/acties over de werking van de communautaire regelgeving inzake biologische voeding en biologische landbouw.

6. Looptijd van de programma's

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin voor iedere fase een strategie en duidelijke doelstellingen worden omschreven.

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 afzetbevorderingscampagnes 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. Doelgroepen

- Consumenten en consumentenverenigingen,
- gezinsleden die de boodschappen voor hun rekening nemen,
- instellingen (restaurants, ziekenhuizen, scholen, enz.),
- distributeurs en groeperingen van distributeurs,
- journalisten 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, kranten 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.

BIJLAGE II

DERDE LANDEN

A. LIJST VAN DE PRODUCTEN WAARVOOR AFZETBEVORDERINGSACTIES KUNNEN WORDEN UITGEVOERD

- Vers, gekoeld of bevroren rund- en varkensvlees; bereidingen van deze producten, voor menselijke consumptie,
- kwaliteitsvlees van pluimvee,
- zuivelproducten,
- olijfolie en tafelolijven,
- tafelwijn met een geografische aanduiding; in bepaalde gebieden voortgebrachte kwaliteitswijnen (v.q.p.r.d.),
- gedistilleerde dranken met een geografische aanduiding of een gereserveerde traditionele aanduiding,
- verse en verwerkte groenten en fruit,
- verwerkte producten op basis van granen en rijst,
- vezelvlas,
- levende planten en producten van de bloementeelt,
- producten met een beschermde oorsprongsbenaming (BOB) of een beschermde geografische aanduiding (BGA) en gegarandeerde traditionele specialiteiten (GTS), in de zin van de Verordeningen (EG) nr. 509/2006 en (EG) nr. 510/2006,
- producten van de biologische landbouw in de zin van Verordening (EEG) nr. 2092/91.

B. LIJST VAN MARKTEN VAN DERDE LANDEN WAAR AFZETBEVORDERINGSACTIES KUNNEN WORDEN UITGEVOERD

A. Landen

- Zuid-Afrika
- voormalige Joegoslavische Republiek Macedonië
- Australië
- Bosnië en Herzegovina
- China
- Zuid-Korea
- Kroatië
- India
- Japan
- Kosovo
- Montenegro
- Noorwegen
- Nieuw-Zeeland

— Rusland

— Servië

— Zwitserland

— Turkije

— Oekraïne

B. Geografische gebieden

— Noord-Afrika

— Noord-Amerika

— Latijns-Amerika

— Zuidoost-Azië

— Het Nabije Oosten en het Midden-Oosten

BIJLAGE III

Indicatieve jaarbegrotingen voor de verschillende sectoren als bedoeld in artikel 6

1. Verse groenten en fruit: 10 miljoen EUR
 2. Verwerkte groenten en fruit: 2 miljoen EUR
 3. Vezelvlas: 1 miljoen EUR
 4. Levende planten en producten van de sierteelt: 3 miljoen EUR
 5. Olijfolie en tafelolijven: 7 miljoen EUR (waarvan ten minste 3 miljoen EUR voor derde landen)
 6. Zaadolie: 2 miljoen EUR
 7. Melk en zuivelproducten: 4 miljoen EUR
 8. Vers, gekoeld of bevroren vlees dat is geproduceerd overeenkomstig een communautaire of een nationale kwaliteitsregeling: 4 miljoen EUR
 9. Het merken van eieren: 2 miljoen EUR
 10. Honing en producten van de bijenteelt: 1 miljoen EUR
 11. V.q.p.r.d., tafelwijn met een geografische aanduiding: 3 miljoen EUR
 12. Producten met een beschermde oorsprongsbenaming (BOB) of een beschermde geografische aanduiding (BGA), en gegarandeerde traditionele specialiteiten (GTS): 3 miljoen EUR
 13. Voorlichting over het logo van de ultraperifere regio's: 1 miljoen EUR
 14. Producten van de biologische landbouw: 3 miljoen EUR
 15. Pluimveevlees: p.m.
-

BIJLAGE IV

Concordantietabel

Verordening (EG) nr. 1071/2005 (binnenmarkt)	Verordening (EG) nr. 501/2008 (verzamelverordening van de Commissie)	Verordening (EG) nr. 1346/2005 (derde landen)
Artikel 1	Artikel 1	Artikel 1
Artikel 2	Artikel 2	Artikel 2
Artikel 3	Artikel 3	Artikel 3
Artikel 4	Artikel 4	—
—	Artikel 5	Artikel 4
Artikel 5	Artikel 6, lid 1	—
—	Artikel 6, lid 2	Artikel 5
Artikel 7, lid 2, onder b)	Artikel 6, lid 3, gedeeltelijk	—
—	Artikel 7	Artikel 6 en artikel 10, lid 3, tweede alinea
Artikel 7, lid 1, lid 2, onder a) en c), en lid 3	Artikel 8	Artikel 7, lid 1, lid 2, tweede alinea, en lid 3
Artikel 7, lid 2, behalve onder a) en c), en lid 4	Artikel 9	Artikel 7, lid 2, behalve de eerste alinea, en de leden 4 en 5
—	Artikel 10	Artikel 8
Artikel 8	Artikel 11	Artikel 9
Artikel 9, lid 1	Artikel 12	Artikel 10, lid 1
Artikel 9, leden 2 en 3	Artikel 13	Artikel 10, leden 2 en 3, eerste alinea
Artikel 10, leden 1 t/m 3	Artikel 14	Artikel 11
Artikel 6 en artikel 10, lid 4	Artikel 15	—
Artikel 11	Artikel 16	Artikel 12
Artikel 12	Artikel 17	Artikel 13
Artikel 13	Artikel 18	Artikel 14
Artikel 14	Artikel 19	Artikel 15
Artikel 15	Artikel 20	Artikel 16
Artikel 16	Artikel 21	Artikel 17
Artikel 17	Artikel 22	Artikel 18
Artikel 18	Artikel 23	Artikel 19
Artikel 19	Artikel 24	Artikel 20
Artikel 20	Artikel 25	Artikel 21
Artikel 21	Artikel 26	Artikel 22
Artikel 22	Artikel 27	Artikel 23
Artikel 23	Artikel 28	Artikel 24
Artikel 25	Artikel 29	Artikel 26