

32002R0094

L 17/20

URADNI LIST EVROPSKIH SKUPNOSTI

19.1.2002

UREDBA KOMISIJE (ES) št. 94/2002**z dne 18. januarja 2002****o določitvi podrobnih pravil za uporabo Uredbe Sveta (ES) št. 2826/2000 o informacijskih in promocijskih ukrepih za kmetijske proizvode na notranjem trgu**

KOMISIJA EVROPSKIH SKUPNOSTI JE –

ob upoštevanju Pogodbe o ustanovitvi Evropske skupnosti,

ob upoštevanju Uredbe Sveta (ES) št. 2826/2000 z dne 19. decembra 2000 o informacijskih in promocijskih ukrepih za kmetijske proizvode na notranjem trgu⁽¹⁾ in zlasti členov 12 in 16 Uredbe,

ob upoštevanju naslednjega:

- (1) Treba je določiti podrobna pravila za uporabo ukrepov za zagotavljanje informacij o kmetijskih proizvodih, in dodatno tudi o živilih, in za njihovo promocijo na notranjem trgu.
- (2) Za zagotovitev urejenega poslovanja je treba določiti, kako pogosto naj se sestavljajo sezname tem in proizvodov, ki izpolnjujejo pogoje za te ukrepe.
- (3) Da bi preprečili kakršno koli nevarnost izkrivljanja konkurence, je treba določiti smernice o načinu sklicevanja na posebno poreklo proizvodov, ki jih zajemajo informacijski in promocijski ukrepi.
- (4) Da bi zagotovili kar najširšo možno konkurenco in prosti pretok storitev, je treba določiti postopek za predstavitve programov in izbiro izvajalskih organov.
- (5) Treba je določiti merila, ki urejajo izbiro programov s strani držav članic in pregled teh programov s strani Komisije za zagotovitev, da so izpolnjeni predpisi Skupnosti in da so ukrepi, ki jih je treba izvesti, učinkoviti, zlasti z vidika Direktive Sveta 92/50/EGS z dne 18. junija 1992 o usklajevanju postopkov za dodeljevanje javnih naročil za storitve⁽²⁾ kakor je bila nazadnje spremenjena z Direktivo Komisije 2001/78/ES⁽³⁾.
- (6) Ko Komisija pregleda programe v okviru svojega sodelovanja z državami članicami, obvesti upravljalni odbor o odobrenih programih in njihovih proračunih.
- (7) Zaradi upravljanja programov, ki jih je treba izvesti, je treba določiti splošne smernice za kampanje. Kampanje bi morale biti informativne v skladu s členom 3 Uredbe

(ES) št. 2826/2000. Prvotno so bile te smernice sestavljene za omejeno število ključnih sektorjev, brez vpliva na poznejšo vključitev drugih sektorjev ali tem. Določiti je treba še smernice za žive rastline in cvetličarske proizvode.

- (8) Da bi zagotovili učinkovitost ukrepov Skupnosti, je treba določiti prednostna merila za izbiro programov, da bi dosegli njihov najboljši učinek.
- (9) Pri programih, ki vključujejo več kakor eno državo članico, bi bilo treba poskrbeti za ukrepe, ki zagotavljajo, da zadevne države članice sodelujejo pri predložitvi in pregledovanju programov.
- (10) Določiti je treba posledice v primerih, pri katerih se organizacija zavrne zaradi pomanjkanja sofinanciranja s strani države članice in se člen 9(3) Uredbe (ES) št. 2826/2000 ne uporablja; te posledice po potrebi lahko vključujejo znižanje financiranja s strani Skupnosti.
- (11) Določiti je treba preglede, ki jih morajo opraviti države članice pri programih, ki jih same neposredno upravljajo.
- (12) V prid urejenega finančnega poslovanja je treba določiti podrobna pravila o finančnem prispevku Skupnosti. Še zlasti je treba podrobno določiti, da pri večletnih ukrepih celotni finančni prispevek Skupnosti ne sme presegati 50 % skupnih stroškov.
- (13) V sklenjenih pogodbah med zadevnimi strankami in pristojnimi nacionalnimi organi je treba opredeliti različne načine izvajanja dogovorov, ki zagotavljajo izpolnitev prevzetih obvez v primernem roku, pri čemer se uporabljajo standardni obrazci pogodbe, ki jih zagotovi Komisija.
- (14) Da bi dosegli dobro izvedbo takšnih pogodb, morajo pogodbeniki položiti varščino v korist pristojnega organa, ki znaša 15 % prispevka Skupnosti. Prav tako je treba položiti varščino, kadar se zaprosi za predplačilo.

⁽¹⁾ UL L 328, 21.12.2000, str. 2.⁽²⁾ UL L 209, 24.7.1992, str. 1.⁽³⁾ UL L 285, 29.10.2001, str. 1.

- (15) Opredeliti je treba glavno zahtevo v smislu člena 20 Uredbe Komisije (EGS) št. 2220/85 ⁽¹⁾, nazadnje spremenjene z Uredbo (ES) št. 1932/1999 ⁽²⁾.
- (16) Glede na zahteve o upravljanju proračuna je treba določiti kazni, če države članice vlog za vmesno plačilo ne predložijo ali jih predložijo prepozno in če je plačilo zapoznelo.
- (17) V prid urejenega finančnega poslovanja in preprečitev kakršne koli nevarnosti, da bi se s tekočimi izplačili izčrpal celoten finančni prispevek Skupnosti in bi tako odpadlo izplačilo preostalega zneska, je treba določiti, da predplačila in vmesna plačila ne smejo preseči 80 % prispevka Skupnosti. Z istim namenom morajo pristojni organi prejeti vloge za izplačilo preostalega zneska v določenem roku.
- (18) Države članice spremljajo uresničevanje ukrepov iz te uredbe in obveščajo Komisijo o njihovih rezultatih. Za zagotovitev urejenega finančnega poslovanja je treba določiti, da morajo države članice sodelovati, kadar se ukrepi izvajajo v državi članici, ki ni tista, v kateri ima sedež pristojni organ, podpisnik pogodbe.
- (19) Uredba (ES) št. 2826/2000 usklajuje informacijske in promocijske ukrepe za kmetijske proizvode na notranjem trgu ter jih združuje v enem samem besedilu. Zato je treba uskladiti in poenostaviti podrobne izvedbene predpise za različne sektorje. Skladno s tem je treba preklicati obstoječe sektorske izvedbene določbe in predpise v zvezi s promocijo kmetijskih proizvodov.
- (20) Ukrepi, predvideni s to uredbo, so v skladu z mnenjem skupnega zasedanja upravljalnih odborov za promocijo kmetijskih proizvodov –

SPREJELA NASLEDNJO UREDBO:

Člen 1

V členu 6(1) in členu 7(1) Uredbe (ES) št. 2826/2000 pomeni „program“ koherenten niz ukrepov v obsegu, ki zadošča za izboljšanje obveščenosti o proizvodih in o njihovi prodaji.

⁽¹⁾ UL L 205, 3.8.1985, str. 5.

⁽²⁾ UL L 240, 10.9.1999, str. 11.

Člen 2

1. Promocijsko in/ali informativno sporočilo, ki se posreduje potrošnikom in drugim ciljnim skupinam, mora v skladu z merili, določenimi v členu 3 Uredbe (ES) 2826/2000, vključevati resnične lastnosti in/ali značilnosti proizvoda.

2. Vsako sklicevanje na poreklo proizvodov mora ostati v ozadju osrednjega sporočila kampanje. Vendar pa se poreklo proizvoda lahko navede pri označbi v skladu s predpisi Skupnosti ali pri lastnosti značilnega proizvoda, ki je potrebna za ponazoritev informacijskih in promocijskih ukrepov.

Člen 3

Seznam tem in proizvodov iz člena 4 Uredbe (ES) št. 2826/2000 se sestavi vsaki dve leti najpozneje do 31. marca. Začetni sezname so določeni v Prilogi I k tej uredbi.

Pristojni nacionalni organi za uporabo te uredbe so navedeni v Prilogi II.

Člen 4

Programi iz člena 1 se izvajajo v obdobju najmanj enega leta in največ treh let od datuma začetka veljavnosti ustrezne pogodbe.

Člen 5

1. Zaradi uresničevanja ukrepov, ki jih vsebujejo programi, kakor so navedeni v členu 6 Uredbe (ES) št. 2826/2000, trgovinska združenja ali medpanožne organizacije Skupnosti, ki so reprezentativne za zadevni(-e) sektor(-je), prvič najpozneje do 15. marca, potem pa najpozneje do 15. junija, predložijo programe na podlagi javnih razpisov za oddajo predlogov, ki so jih objavile zadevne države članice. Takšni programi morajo upoštevati smernice iz člena 5 Uredbe (ES) št. 2826/2000 in specifikacije, ki določajo izključitev, izbiro in dodelitev ukrepov, v ta namen razporejenih med zadevne države članice.

Začetne smernice so določene v Prilogi III k tej uredbi.

2. Države članice sprejmejo ustrezne ukrepe za zagotovitev, da v skladu s pogodbami, ki vključujejo njihovo državo, organi, ki dodeljujejo pogodbe, uveljavljajo Direktivo 92/50/EGS.

3. Kadar se načrtujejo informacijski in/ali promocijski ukrepi, ki vključuje več kakor eno državo članico, zadevne države članice sodelujejo pri sestavljanju združitljivih specifikacij in razpisov za predloge.

4. Organizacije iz odstavka 1 na podlagi takšnih razpisov za predloge sestavijo informacijske in promocijske ukrepe v sodelovanju z izvajalskim organom ali organi, ki so jih izbrale z natečajnim postopkom ob uporabi ustreznih sredstev, ki jih je potrdila zadevna država članica.

5. Pri programih, ki vključujejo več kakor eno državo članico, zadevne države članice sodelujejo pri izbiri programov in se zavežejo prispevati k njihovemu financiranju v skladu s členom 9(2).

Člen 6

Kadar država članica finančno nič ne prispeva in se ne uporablja člen 9(3) Uredbe (ES) št. 2826/2000, se trgovinsko združenje ali medpanožna organizacija te države članice izloči iz programa.

Člen 7

1. Države članice najpozneje do 31. avgusta vsako leto, prvič pa najpozneje do 15. maja, pošljejo Komisiji začasen seznam programov in izvajalskih organov, ki so jih izbrale, ter izvod vsakega programa. Pri programih, ki vključujejo več kakor eno državo članico, mora to uradno sporočilo temeljiti na soglasju zadevnih držav članic.

2. Kadar se ugotovi, da program ne ustreza predpisom Skupnosti ali smernicam iz Priloge III, Komisija v 60 koledarskih dneh od prejema začasnega seznama obvesti ustrezno(-e) državo(-e) članico(-e), da celoten program ali del tega programa ni primeren.

3. Po preveritvi programov Komisija prvič najpozneje do 31. julija, potem pa do 15. novembra, obvesti skupne upravljalne odbore, določene v členu 13 Uredbe (ES) št. 2826/2000, o izbranih programih in njihovih proračunih.

4. Trgovinska združenja ali medpanožne organizacije so odgovorne za primerno izvajanje izbranih programov.

Člen 8

Kadar se uporablja člen 7 Uredbe (ES) št. 2826/2000, se začasni seznam programov sporočijo Komisiji prvič najpozneje do 15. junija, potem pa najpozneje do 30. septembra. Skupni upravljalni odbori so prvič obveščeni najpozneje do 15. septembra, potem pa najpozneje do 15. decembra.

Člen 9

1. Finančni prispevek Skupnosti k ukrepom iz člena 9(1)(b) Uredbe (ES) št. 2826/2000 znaša:

(a) 50 % dejanskih stroškov ukrepov pri programih, ki trajajo eno leto;

(b) 60 % dejanskih stroškov ukrepov v prvem letu in 40 % v drugem letu pri programih, ki trajajo dve leti, do skupnega prispevka Skupnosti, ki ne presega 50 % celotnih stroškov programa;

(c) 60 % dejanskih stroškov ukrepov v prvem letu, 50 % v drugem letu in 40 % v tretjem letu pri programih, ki trajajo tri leta, do skupnega prispevka Skupnosti, ki ne presega 50 % celotnih stroškov programa.

Ta finančni prispevek se plača državam članicam v skladu s členom 10(2) Uredbe (ES) št. 2826/2000.

2. Finančni prispevki držav članic k ukrepom iz člena 9(2) Uredbe (ES) št. 2826/2000 znašajo 20 % njihovih dejanskih stroškov. Kadar k financiranju prispeva več kakor ena država članica, mora biti delež, ki ga plača vsaka država članica, sorazmeren finančnemu prispevku organizacije predlagateljice, ki ima sedež na ozemlju te države.

Člen 10

1. Takoj ko se sestavi končni seznam programov, ki so jih izbrale države članice, opredeljen v tretjem pododstavku člena 6(3) Uredbe (ES) št. 2826/2000, države članice obvestijo posamične organizacije, ali so bile njihove vloge sprejete ali ne. Države članice v naslednjih 30 koledarskih dneh sklenejo pogodbe z izbranimi organizacijami. Po tem roku se brez predhodne odobritve Komisije pogodbe ne smejo sklepati.

2. Države članice uporabljajo standardne obrazce pogodb, ki jih zagotovi Komisija.

3. Stranki ne smeta skleniti pogodbe, dokler ni položena varščina za izpolnitev pogodbe, ki znaša 15 % najvišjega letnega finančnega prispevka Skupnosti in zadevnih(-e) držav(-e) članic(-e), da bi zagotovili zadovoljivo izvajanje pogodbe. Varščina se položi v skladu z naslovom III Uredbe (EGS) št. 2220/85.

Kadar je pogodbenica javnopravni organ ali deluje pod nadzorom takšnega organa, lahko pristojni organ države članice sprejme pisno zagotovilo nadzornega organa, ki vključuje znesek, enak v prvem pododstavku opredeljenemu odstotku, če ta nadzorni organ zagotovi, da:

— se bodo prevzete obveznosti primerno izpolnile, in

— se bodo prejete vsote primerno uporabile za izpolnitev prevzetih obveznosti.

Država članica mora prejeti dokazilo o varščini za izpolnitev pogodbe v roku, ki je določen v odstavku 1.

Varščine za izpolnitev pogodbe se sprostijo v roku in pod pogoji, določenimi v členu 12 te uredbe za izplačilo preostalega zneska.

4. Temeljna zahteva v smislu člena 20 Uredbe (EGS) št. 2220/85 je izpolnjevanje ukrepov, ki jih vključuje pogodba.

5. Država članica Komisiji takoj pošlje kopijo pogodbe in dokazilo, da je bila položena varščina za izpolnitev pogodbe. Pošlje tudi kopijo pogodbe, ki jo je izbrana organizacija sklenila z izvajalskim organom.

Ta pogodba vsebuje določbo, da mora biti izvajalski organ preverjen, kakor je določeno v členu 13.

Člen 11

1. Pogodbenica lahko v 30 koledarskih dneh od podpisa pogodbe državi članici predloži vlogo za predplačilo skupaj z varščino iz odstavka 3. Po tem datumu vloge za predplačilo ni več mogoče vložiti.

Predplačilo lahko znaša največ 30 % letnega prispevka Skupnosti in zadevnih(-e) držav(-e) članic(-e).

2. Država članica plača predplačilo v 30 koledarskih dneh od predložitve vloge za plačilo predplačila. Kadar se z izplačilom zamudi, se uporablja člen 4 Uredbe Komisije (ES) št. 296/96⁽¹⁾.

3. Predplačilo se izplača šele, ko pogodbenica v skladu z naslovom III Uredbe (EGS) št. 2220/85 v korist države članice položi varščino, ki znaša 110 % tega predplačila.

Kadar je pogodbenica javnopravni organ ali deluje pod nadzorom takšnega organa, lahko pristojni organ sprejme pisno jamstvo nadzornega organa, ki vključuje znesek, enak v prvem pododstavku opredeljenemu odstotku, kadar se ta nadzorni organ zaveže za plačilo zneska, ki ga vključuje njegovo jamstvo, če se ugotovi, da pravica do predplačila ne obstaja.

Člen 12

1. Vloge za vmesna plačila prispevkov Skupnosti in držav članic se predložijo pred koncem koledarskega meseca, ki sledi mesecu, v katerem poteče posamično obdobje treh mesecev, šteto od datuma podpisa pogodbe. Takšne vloge zajemajo izdatke, ki so nastali v zadevnem četrtletju, spremljati pa jih morajo povzetek finančnega poročila, ustrezni spremni dokumenti in vmesno poročilo o izvajanju pogodbe. Kadar v četrtletju ni bilo nobenih izdatkov, se izjava o tem predloži v enakem roku kakor za vloge za vmesna plačila.

Kadar se s predložitvijo vloge za vmesno plačilo in ustreznih dokumentov zamudi, se razen v primerih višje sile plačilo zniža za 3 % za vsak poln zapozneli mesec.

Vsota vmesnih plačil in predplačila iz člena 11(1) ne sme presežati 80 % celotnega letnega finančnega prispevka Skupnosti in zadevnih držav članic. Ko je ta raven dosežena, ni več mogoče vložiti nobenih prošelj za vmesno plačilo.

2. Vloge za plačilo preostalega zneska se predložijo v štirih mesecih po izpolnitvi letnih ukrepov, ki jih zajema pogodba.

Vloge veljajo za pravilno predložene, če vsebujejo:

- (a) povzetek finančnega poročila, ki kaže vse predvidene in nastale izdatke, ter vse ustrezne spremne dokumente, ki se nanašajo na izdatke;
- (b) povzetek opravljenega dela (poročilo o delu);
- (c) notranje poročilo, ki ga sestavi pogodbenica, z oceno doseženih rezultatov, ki jih je mogoče ugotoviti na datum poročila, in možnost uporabe teh rezultatov.

Kadar se zamudi s predložitvijo vloge za plačilo preostalega zneska, se razen v primerih višje sile preostali znesek zniža za 3 % za vsak poln mesec zamude.

3. Preostali znesek se ne izplača, dokler se ne preverijo dokumenti, navedeni v odstavku 2.

Kadar temeljna zahteva iz člena 10(4) ni v celoti izpolnjena, se plačljivi preostali znesek sorazmerno zniža.

4. Varščina iz člena 11(3) se sprostí pod pogojem, da je bila dokončno ugotovljena pravica do predplačila.

5. Države članice opravijo vsa plačila, navedena v prejšnjih odstavkih, v 60 koledarskih dneh od prejema vloge za plačilo. Vendar pa se to obdobje lahko prekine kadarkoli v 60 dneh po tem, ko je bila vloga za plačilo prvič zabeležena kot prejeta, z obvestitvijo zadevne pogodbenice, da vloga ni sprejemljiva, bodisi ker znesek ni plačljiv, bodisi ker niso bili zagotovljeni zahtevani spremni dokumenti za vse dodatne vloge, bodisi ker država članica meni, da so potrebne nadaljnje informacije ali pregledi. Plačilno obdobje spet začne teči od datuma prejema zahtevanih informacij, ki jih je treba predložiti v 30 koledarskih dneh. Kadar zgornja plačila zamujajo, se razen v primerih višje sile povrnjeni znesek državi članici zniža v skladu s členom 4 Uredbe (ES) št. 296/96.

6. Varščine za izpolnitev pogodbe, kakor jih določa člen 10(3), morajo ostati v veljavi do izplačila preostalega zneska in se sprostijo s pismom o izpolnitvi obveznosti, ki ga izda pristojni organ.

7. V 30 koledarskih dneh po prejemu država članica pošlje Komisiji:

- četrtletna poročila o izpolnjevanju pogodbe,
- povzetke iz odstavka 2(a) in (b),
- notranje ocenjevalno poročilo.

⁽¹⁾ UL L 39, 17.2.1996, str. 5.

8. Po izplačilu preostalega zneska država članica pošlje Komisiji finančno poročilo, ki natančneje razlaga izdatke, nastale v okviru pogodbe.

Potrditi mora tudi, da je glede opravljenih pregledov v skladu s pogoji pogodbe vse izdatke mogoče obravnavati kot utemeljene.

9. Zapadla jamstva in naložene kazni se odbijejo od izdatkov, ki jih sofinancira Skupnost in so prijavljeni Oddelku za jamstva EKUJS.

Člen 13

1. Država članica sprejme potrebne ukrepe, da zlasti s tehničnim, upravnim in računovodskim nadzorom v prostorih pogodbenice in izvajalskega organa preveri:

- (a) točnost zagotovljenih informacij in spremnih dokumentov; ter
- (b) izpolnjevanje vseh obveznosti, določenih v pogodbi.

Brez poseganja v Uredbo Sveta (EGS) št. 595/91⁽¹⁾ države članice ob prvi priložnosti obvestijo Komisijo o kakršnih koli nepravilnostih, ki so bile odkrite med nadzorom.

2. Zadevna država članica določi najustreznejši način nadzora ukrepov, ki jih predvideva ta Uredba, in o tem obvesti Komisijo.

3. Pri programih, ki zajemajo več kakor eno državo članico, zadevne države članice sprejmejo potrebne ukrepe za usklajitev svojega nadzora in o tem obvestijo Komisijo.

4. Komisija lahko ob vsakem času sodeluje pri potrjevanju in nadzoru, ki ju določata odstavka 2 in 3. V ta namen pristojni organi držav članic pravočasno uradno obvestijo Komisijo o načrtovanem potrjevanju in nadzoru.

Če Komisija meni, da je to potrebno, lahko opravi tudi kakršenkoli dodaten nadzor.

Člen 14

1. Nepravilna izplačila prejemnik vrne skupaj s pripadajočimi obrestmi od dneva prejema do dneva vračila sredstev.

Uporabi se obrestna mera, ki jo za svoje poslovanje v eurih uporablja Evropska centralna banka in je objavljena v seriji C Uradnega lista Evropskih skupnosti, s pribitkom treh odstotnih točk na datum nedospelga plačila.

⁽¹⁾ UL L 67, 14.3.1991, str. 11.

2. Povrnjeni zneski in pripadajoče obresti se plačajo plačilnim agencijam ali oddelkom, ti pa jih odbijejo od izdatkov, ki jih financira Evropski kmetijski usmerjevalni in jamstveni sklad sorazmerno s finančnim prispevkom Skupnosti.

Člen 15

Členi 10, 11, 12, 13 in 14 se uporabljajo tudi za programe, predložene v skladu s členom 7 Uredbe (ES) št. 2826/2000.

Pogodbe za te programe se sklenejo med zadevnimi državami članicami in izbranimi izvajalskimi organizacijami.

Člen 16

1. Črtajo se naslednje določbe:

- (a) členi 13, 14, 15, 16 in 17 Uredbe Komisije (EGS) št. 2159/89 z dne 18. julija 1989 o določitvi podrobnih pravil za uporabo posebnih ukrepov za orehe in rožiče, določeni v naslovu IIa Uredbe Sveta (EGS) št. 1035/72⁽²⁾;
- (b) člen 6 Uredbe Komisije (ES) št. 1905/94 z dne 27. julija 1994 o podrobnih pravilih za uporabo Uredbe Sveta (ES) št. 399/94 glede posebnih ukrepov za rozine⁽³⁾.

2. Razveljavijo se naslednje uredbe:

- (a) Uredba Komisije (EGS) št. 1348/81 z dne 20. maja 1981 o podrobnih pravilih za uporabo Uredbe Sveta (EGS) št. 1970/80 o splošnih izvedbenih predpisih za kampanje, namenjene promociji potrošnje oljčnega olja v Skupnosti⁽⁴⁾;
- (b) Uredba Komisije (EGS) št. 1164/89 z dne 28. aprila 1989 o določitvi podrobnih pravil v zvezi s pomočjo za lan in konopljo za vlakna⁽⁵⁾;
- (c) Uredba Komisije (EGS) št. 2282/90 z dne 31. julija 1990 o določitvi podrobnih pravil za povečanje potrošnje in uporabe jabolk ter potrošnje agrumov⁽⁶⁾;
- (d) Uredba Komisije (EGS) št. 3601/92 z dne 14. decembra 1992 o določitvi podrobnih pravil za uporabo posebnih ukrepov za namizne oljke⁽⁷⁾;
- (e) Uredba Komisije (EGS) št. 1318/93 z dne 28. maja 1993 o podrobnih pravilih za uporabo Uredbe Sveta (EGS) št. 2067/92 o ukrepih za promocijo in trženje kakovostnega govejega in telečjega mesa⁽⁸⁾;
- (f) Uredba Komisije (ES) št. 890/1999 z dne 29. aprila 1999 o organizaciji reklamnih ukrepov v zvezi s sistemom Skupnosti za označevanje govejega in telečjega mesa⁽⁹⁾;

⁽²⁾ UL L 207, 19.7.1989, str. 19.

⁽³⁾ UL L 194, 29.7.1994, str. 21.

⁽⁴⁾ UL L 134, 21.5.1981, str. 17.

⁽⁵⁾ UL L 121, 29.4.1989, str. 4.

⁽⁶⁾ UL L 205, 3.8.1990, str. 8.

⁽⁷⁾ UL L 366, 15.12.1992, str. 17.

⁽⁸⁾ UL L 132, 29.5.1993, str. 83.

⁽⁹⁾ UL L 113, 30.4.1999, str. v 5.

- (g) Uredba Komisije (ES) št. 3582/93 z dne 21. decembra 1993 o podrobnih pravilih za uporabo Uredbe Sveta (EGS) št. 2073/92 o pospeševanju potrošnje v Skupnosti in širitvi trgov za mleko in mlečne izdelke ⁽¹⁾;
- (h) Uredba Komisije (ES) št. 803/98 z dne 16. aprila 1998 o določitvi podrobnih pravil za leto 1998 za uporabo Uredbe Sveta (ES) št. 2275/96 o uvedbi posebnih ukrepov za žive rastline in cvetličarske proizvode ⁽²⁾.

3. Uredbe, navedene v odstavku 2, se še naprej uporabljajo za informacijske in promocijske ukrepe, ki so bili odobreni pred začetkom veljavnosti te uredbe.

Člen 17

Ta uredba začne veljati sedmi dan po objavi v *Uradnem listu Evropskih skupnosti*.

Ta uredba je v celoti zavezujoča in se neposredno uporablja v vseh državah članicah.

V Bruslju, 18. januarja 2002

Za Komisijo
Franz FISCHLER
Član Komisije

⁽¹⁾ UL L 326, 28.12.1993, str. 23.

⁽²⁾ UL L 115, 17.4.1998, str. 5.

PRILOGA I

(a) **Seznam tem, za katere je mogoče izvajati informacijske in/ali promocijske ukrepe**

- Obveščanje o zaščitenem geografskem poreklu (ZGP), zaščitenih geografskih označbah (ZGO), označbah tradicionalnega ugleda (ZTU) in grafičnih simbolih, določenih v kmetijski zakonodaji.
- Obveščanje o ekološkem kmetijstvu.
- Obveščanje o sistemih kmetijske proizvodnje, ki zagotavljajo sledljivost proizvodov, in označevanje takšnih proizvodov.
- Obveščanje o kakovosti in varnosti hrane ter o prehranskih in zdravstvenih vidikih.

(b) **Seznam proizvodov, ki jih kampanje lahko vključujejo**

- Mlečni izdelki.
 - Kakovostna vina, pridelana znotraj določenega pridelovalnega območja, namizna vina z geografsko označbo.
 - Sveže sadje in zelenjava.
 - Predelano sadje in zelenjava.
 - Žive rastline in cvetličarski proizvodi.
-

PRILOGA II

Seznam pristojnih organov v državah članicah

(za upravljanje uredb (ES) št. 2702/1999 in (ES) št. 2826/2000)

Država članica	Ime in naslov	
Belgija	B.I.R.B. Rue de Trèves B-1040 Bruxelles	Tel. (32-02) 287 24 11 Faks (32-02) 230 25 33 E-pošta:
	Vlaamse Gemeenschap: Administratie Land- en Tuinbouw (ALT) dhr. J. Van Liefvering Directeur-generaal Leuvenseplein 4 B-1000 Brussel	Tel. (32-02) 553 63 40 Faks (32-02) 553 63 50 E-pošta: jules.vanliefvering@ewbl.vlaanderen.be
	Région wallonne: Agence Wallonne à l'Exportation (AWEX) M. Ph. Suinen Directeur général Place Saintelette 2 B-1080 Bruxelles	Tel. (32-02) 421 82 11 Faks (32-02) 421 87 87 E-pošta: mail@awex.wallonie.be
Danska	Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri Direktoratet for FødevarerErhverv EU-Koordinationskontoret (Thor Lind Haugstrup) Kampmannsgade 3 DK-1780 København V	Tel. (45) 33 95 83 83 Faks (45) 33 95 80 21 E-pošta: hau@dffe.dk
	Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri Direktoratet for FødevarerErhverv, Interventionskontoret (Carsten Andersen) Kampmannsgade 3 DK-1780 København V	Tel. (45) 33 95 80 00/33 95 88 04 Faks (45) 33 95 80 34 E-pošta: dffe@dffe.dk/caea@dffe.dk
Nemčija	Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) D-60631 Frankfurt/Main	Tel. Faks E-pošta: www.dainet.de/ble/
	Referat 322 pflanzliche Erzeugnisse	Tel. (069) 15 64 335 Faks (069) 15 64 940 E-pošta:
	Referat 411 tierische Erzeugnisse	Tel. (069) 15 64 862/756 Faks (069) 15 64 791 E-pošta:
Grčija	Ministry of Agriculture Direction of Agricultural Extenses Acharnon Street 5 GR-10176 Athens	Tel. 00 30 10 52 47 044 Faks 00 30 10 52 48 022 E-pošta: direfarm@minagric.gr
Španija	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) Subsecretaría — Dirección General de Alimentación (Don Juan García Butragueño) Paseo Infanta Isabel 1, E-28014 Madrid	Tel. (34-91) 347 50 91 Faks (34-91) 347 51 68 E-pošta:
Francija	Office national interprofessionnel des viandes de l'élevage et de l'aviculture (OFIVAL) (M. Geudar-Delahaye) 80, avenue des terroirs de France F-75607 Paris Cedex 12	Tel. 33 1 44 68 50 00 Faks 33 1 44 68 52 33 E-pošta:
	Office national interprofessionnel du lait et des produits laitiers (ONILAIT) (M ^{me} Boulengier) 2, rue Saint-Charles F-75740 Paris Cedex 15	Tel. 33 1 73 00 50 00 Faks 33 1 73 00 50 50 E-pošta:
	Office national interprofessionnel des fruits, des légumes et de l'horticulture (ONIFLHOR) (M. Laneret) 164, rue de Javel F-75739 Paris Cedex 15	Tel. 33 1 44 25 36 36 Faks 33 1 44 25 31 69 E-pošta:

Država članica	Ime in naslov	
	<p>Office national interprofessionnel des vins (ONIVINS) (M. Dairien) 232, rue de Rivoli F-75001 Paris</p> <p>Office national interprofessionnel des produits de la mer et de l'aquaculture (OFIMER) (M. Merckelbagh) 11, rue de Sébastopol F-75001 Paris</p> <p>Office national interprofessionnel des céréales (ONIC) Office national interprofessionnel des oléagineux, protéagineux et cultures textiles (ONIOI) (M. Drege) 21, avenue Bosquet F-75015 Paris</p> <p>Institut national des appellations d'origines (INAO) (M. Bernard) 138, Champs-Élysées F-75008 Paris</p> <p>Fonds d'intervention et de régulation du marché du sucre (FIRS) (M^{me} Ulmann) 120, boulevard de Courcelles F-75017 Paris</p> <p>Office de développement de l'économie agricole des départements d'outre-mer (ODEADOM) (M. Lefevre) 31, quai de Grenelle, Tour Mercure 1 F-75738 Paris Cedex 15</p> <p>Office national interprofessionnel des plantes à parfum, aromatiques et médicinales (ONIPPAM) (M. De Laurens) 25, rue du Maréchal Foch F-04130 Voix</p>	<p>Tel. 33 1 42 86 32 00 Faks 33 1 40 15 06 96 E-pošta:</p> <p>Tel. 33 1 53 00 96 96 Faks 33 1 53 00 96 99 E-pošta:</p> <p>Tel. 33 1 44 18 20 00 Faks 33 1 45 51 90 99 E-pošta:</p> <p>Tel. 33 1 53 89 80 00 Faks 33 1 42 25 57 97 E-pošta:</p> <p>Tel. 33 1 56 79 46 00 Faks 33 1 56 79 46 50 E-pošta:</p> <p>Tel. 33 1 53 95 41 70 Faks 33 1 53 95 41 95 E-pošta:</p> <p>Tel. 33 4 92 79 34 46 Faks 33 4 92 79 33 22 E-pošta:</p>
Irska	Department of Agriculture, Food and Rural Development (Ms Maura Nolan) Kildare Street Dublin 2	Tel. (353-1) 607 20 00/607 26 53 Faks (353-1) 661 62 63 E-pošta: maura.nolan@daff.irlgov.ie
Italija	AGEA Dr. Alberto Migliorini Direzione Organismo Pagatore Via Palestro, 81 I-00185 Roma	Tel. (39-06) 49 49 91 Faks (39-06) 445 39 40 E-pošta: aimau01@tin.it
Luksemburg	Administration des services techniques de l'Agriculture 16, route d'Esch, boîte postale 1904 L-1019 Luxembourg	Tel. 45 71 72 215 Faks 45 71 72 341 E-pošta: www.asta.etat.lu asta.asta@asta.etat.lu
Nizozemska	<p>Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij Directie I.Z.; desk P.P. Postbus 20401 2500 EK Den Haag Nederland</p> <p>Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij Agentschap LASER T.a.v. ir. M.A. Romeyn-van Zwieten Regio Zuid-West Postbus 1191 3300 BD Dordrecht Nederland</p>	<p>Tel. (31-70) 378 68 68 Faks (31-70) 378 61 05 E-pošta: p.j.buiter@iz.agro.nl</p> <p>Tel. (31-78) 639 53 95 Faks (31-78) 639 53 94 E-pošta: m-a.romeyn@laser.agro.nl</p>

Država članica	Ime in naslov	
Avstrija	Agrarmarkt Austria Dresdner Straße 70 A-1200 Wien Wein: Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft Stubering 12 A-1010 Wien	Tel. (43-1) 33 151-0 Faks (43-1) 33 151-297 E-pošta: www.ama.at Tel. (43-1) 711 00-0 Faks (43-1) 711 00-29 01 E-pošta:
Portugalska	Ministério da Agricultura (GPPAA) Rua padre António Vieira, n.º 1 P-1099-073 Lisboa	Tel. (351) 21 381 93 36 Faks (351) 21 381 93 22 E-pošta: anacastro@GPPAA.min-agricultura.pt
Finska	Ministry of Agriculture and Forestry Intervention Unit (SIRVIO Tapani) PO Box 30 FIN-00023 GOVERNMENT	Tel. (358-9) 160 27 54 Faks (358-9) 160 97 90 E-pošta: petri.koskela@mmm.fi
Švedska	Swedish Baord of Agriculture S-55182 Jönköping	Tel. (46-36) 15 50 00, 15 58 58 Faks (46-36) 71 95 11 E-pošta: jordbruksverket@sjv.se Maria.nyquist@sjv.se
United Kingdom	Ministry of Agriculture, Fisheries and Food (MAFF) International Relations and Export Promotion Division (Jill Russell) Whitehall Place (East Block) London SW1A 2 HH	Tel. (44-207) 270 19 04 Faks (44-207) 270 84 94 E-pošta: j.russell@irep.maff.gsi.gov.uk

PRILOGA III

SMERNICE ZA PROMOCIJO NA NOTRANJEM TRGU

Informacije o sistemu Skupnosti, ki zadeva zaščiteno geografsko poreklo (ZGP), zaščitene geografske označbe (ZGO) in označbe tradicionalnega ugleda (ZTU) ter njihove ustrezne logotipe

1. PREGLED STANJA

Informacijski ukrep, ki ga je izvedla Skupnost v letih 1996–98, je bila prvi korak pri obveščanju o obstoju, pomenu in koristih dveh sistemov Skupnosti za zaščito kmetijskih živil s posebnimi značilnostmi ter za povečanje njihove tržne vrednosti.

Glede na kratek čas trajanja ukrepa je prepoznavanje teh označb, ki zdaj zajemajo okrog 562 proizvodov Skupnosti, mogoče izboljšati z nadaljevanjem ukrepa za oglaševanje njihovega pomena in koristi. Informacije bodo zajemale tudi v ta namen oblikovane logotipe Skupnosti, zlasti logotipa za zaščiteno geografsko poreklo in zaščiteno geografsko označbo, ki je bil oblikovan leta 1998.

2. CILJI

- Spodbujati proizvajalce/predelovalce k uporabi teh sistemov kakovosti.
- Spodbujanje povpraševanja po zadevnih izdelkih z obveščanjem potrošnikov in distributerjev o obstoju, pomenu in koristih sistemov kakovosti in njihovih logotipov, o pogojih, pod katerimi se oznake dodeljujejo, ter o ustreznem preverjanju in nadzoru.

3. GLAVNE CILJNE SKUPINE

- Proizvajalci in predelovalci.
- Distributerji (supermarketi, veletrgovci, maloprodaja, restavracije).
- Potrošniki.
- Oblikovalci javnega mnenja.

4. GLAVNA SPOROČILA

- Proizvod ima specifične lastnosti, povezane z njegovim geografskim poreklom (ZGP/ZGO).
- Proizvod ima specifične lastnosti, povezane z njegovo tradicionalno metodo proizvodnje, ne glede na to, kje se proizvaja (ZTU).
- Vidiki kakovosti (varnost, hranilna vrednost in okus, sledljivost).
- Raznolikost, bogatost in okus proizvodov.
- Predstavitev nekaterih proizvodov ZGP, ZGO ali ZTU kot primerov uspešnega komercialnega povečanja vrednosti živil s posebnimi lastnostmi.

5. NAJPOMEMBNEJŠA SREDSTVA

- Elektronsko orodje (spletna stran).
- Odnosi z mediji (specializirani časopisi, ženski časopisi in kulinarčni časopisi).
- Odnosi z združenji potrošnikov.
- Informacije na prodajnih točkah.
- Avdiovizualna sredstva.
- Pisni dokumenti (letaki, brošure itd.).
- Sodelovanje na sejmih in razstavah..
- Oglaševanje v specializiranih časopisih.

6. TRAJANJE PROGRAMOV

24–36 mesecev, z določenimi cilji za vsako fazo.

7. OKVIRNI PRORAČUN

4 milijone eurov.

Informacije o grafičnem simbolu za najbolj oddaljena območja

1. PREGLED STANJA

Zunanja ocenjevalna študija kaže, da je bil informacijski ukrep, ki ga je izvedla Skupnost v letih 1998–99, o grafičnem simbolu (logotipu) za najbolj oddaljena območja deležna precejšnjega zanimanja tistih, ki delujejo v tem sektorju.

Rezultat je bil, da so nekateri proizvajalci in predelovalci zaprosili za odobritev uporabe logotipa pri svojih visokakovostnih izdelkih.

Zaradi časovne omejenosti prvega ukrepa je zdaj primeren čas, da bi pri raznih ciljnih skupinah izboljšali poznavanje logotipa z nadaljnjimi ukrepi za obveščanje teh skupin o njegovem pomenu in koristih.

2. CILJI

- Oglaševati obstoj, pomen in koristi logotipa.
- Spodbujati proizvajalce in predelovalce na zadevnih območjih, da uporabijo logotip.
- Izboljšati poznavanje logotipa med distributerji in potrošniki.

3. GLAVNE CILJNE SKUPINE

- Lokalni proizvajalci in predelovalci.
- Distributerji in potrošniki.
- Oblikovalci javnega mnenja.

4. GLAVNA SPOROČILA

- Proizvod je značilen in naraven.
- Izvira z območja Skupnosti.
- Kakovost (varnost, hranilna vrednost in okus, proizvodna metoda, povezava s poreklom).
- Eksotična narava proizvoda.
- Raznolikost ponudbe, tudi zunaj sezone.
- Sledljivost.

5. NAJPOMEMBNEJŠA SREDSTVA

- Elektronsko orodje (spletna stran itd.).
- Telefonske informacijske linije.
- Odnosi z mediji (npr. specializirani časopisi, ženski časopisi, kulinarični časopisi).
- Predstavitve na prodajnih točkah, sejmih in razstavah itd.
- Odnosi z zdravniki in strokovnjaki za prehrano.
- Drugi kanali (letaki, brošure, recepti itd.).
- Avdiovizualna sredstva.
- Oglaševanje v specializiranih in lokalnih časopisih.

6. TRAJANJE PROGRAMOV

24–36 mesecev, z določenimi cilji za vsako fazo.

7. OKVIRNI PRORAČUN

3 milijone eurov.

Ekološka pridelava

1. PREGLED STANJA

Poraba ekološko pridelanih kmetijskih proizvodov je še zlasti priljubljena pri mestnih prebivalcih, vendar v primerjavi s porabo konvencionalnih proizvodov še vedno ni dobro razvita.

2. CILJI

- Doseči, da bo širša javnost poznala predpise Skupnosti o metodah ekološke pridelave, opravljenih pregledih in logotipu Skupnosti.
- Spodbujati porabo pridelkov ekološkega kmetijstva.
- Izboljšanje znanja potrošnikov o ekološkem kmetijstvu in ekoloških proizvodih.

3. GLAVNE CILJNE SKUPINE

- Gospodinjstva (starši v starosti med 20 in 50 let).
- Podjetniki v tem sektorju (zato da spoznajo logotip Skupnosti in da se spodbuja njihovo zanimanje za uporabo tega logotipa).

4. GLAVNA SPOROČILA

- Ekološki proizvodi so naravni, primerni za sodobno vsakdanje življenje in jih je veselje použiti. Izvirajo iz pridelovalnih metod, ki spoštujejo okolje. Za proizvode veljajo strogi predpisi, njihovo skladnost s temi predpisi pa preverjajo neodvisni organi in javne oblasti.
- Sporočila morajo biti dobro premišljena in pozitivna ter morajo upoštevati specifične vzorce porabe pri različnih ciljnih skupinah.
- Logotip Skupnosti je simbol za ekološke proizvode, ki izpolnjujejo stroga merila pridelave in so bili predmet strogega nadzora.
Informacije o logotipu Skupnosti je mogoče dopolniti z informacijami o skupnih logotipih, uvedenih v državah članicah, če je za njihovo dodelitev treba izpolnjevati strožje pogoje od tistih, ki so določeni za logotip Skupnosti.

5. NAJPOMEMBNEJŠA SREDSTVA

- Spletna stran.
- Telefonske informacijske linije.
- Odnosi z mediji (npr. specializirani novinarji, ženski časopisi).
- Odnosi z zdravniki in strokovnjaki za prehrano.
- Odnosi z učitelji.
- Drugi kanali (letaki, brošure itd.).
- Vizualna sredstva (kino, specializirani televizijski kanali).
- Radijske reklame.
- Oglaševanje v specializiranih časopisih (za ženske in starejše ljudi).

6. TRAJANJE PROGRAMOV

12–36 mesecev, ob dajanju prednosti večletnim programom, ki določajo cilje za vsako fazo.

7. OKVIRNI PRORAČUN

6 milijonov eurov.

Mleko in mlečni izdelki

1. PREGLED STANJA

Poraba tekočega mleka, zlasti v velikih državah porabnicah, je upadla, predvsem zaradi konkurence brezalkoholnih pijač, katerih ciljna skupina so mladi. Ravno obratno se je na splošno povečala poraba mlečnih izdelkov, izraženih v mlečni protivrednosti.

2. CILJI

- Povečati porabo tekočega mleka.
- Utrditi porabo mlečnih izdelkov.
- Spodbuditi porabo pri mladih ljudeh.

3. GLAVNE CILJNE SKUPINE

- Otroci in adolescenti, zlasti dekleta, stara od 8 do 13 let.
- Mlade ženske in matere, stare od 20 do 40 let.

4. GLAVNA SPOROČILA

- Mleko in mlečni izdelki so zdravi, naravni, visokoenergetski proizvodi, ki so primerni za sodobno življenje in jih je užitek uživati.
- Sporočila morajo biti pozitivna in morajo upoštevati specifično naravo porabe na raznih trgih.
- Zagotoviti je treba stalnost glavnih sporočil med celotnim programom, da bi uporabnike prepričali o koristih, ki jih prinese redno uživanje teh proizvodov.

5. NAJPOMEMBNEJŠA SREDSTVA

- Elektronsko orodje.
- Telefonske informacijske linije.
- Odnosi z mediji (npr. specializirani novinarji, ženski časopisi, časopisi za mlade).
- Odnosi z zdravniki in strokovnjaki za prehrano.
- Odnosi z učitelji.
- Drugi kanali (letaki in brošure, otroške igre itd.).
- Predstavitve na prodajnih točkah.
- Vizualna sredstva (kino, specializirani televizijski kanali).
- Radijske reklame.
- Oglaševanje v specializiranih časopisih (za mlade in ženske).

6. TRAJANJE PROGRAMOV

12–36 mesecev, ob dajanju prednosti večletnim programom, ki določajo cilje za vsako fazo.

7. OKVIRNI PRORAČUN

6 milijonov eurov.

Vino**1. PREGLED STANJA**

Proizvodnja vina je obilna, poraba pa miruje ali za nekatere vrste vina celo upada, ponudba iz tretjih držav pa raste.

2. CILJI

Obveščati potrošnike o raznolikosti, kakovosti in pogojih pridelave evropskih vin ter o rezultatih znanstvenih študij.

3. GLAVNE CILJNE SKUPINE

Porabniki, stari od 20 do 40 let.

4. GLAVNA SPOROČILA

- Zakonodaja Skupnosti strogo ureja pridelavo, označbe kakovosti, označevanje in trženje ter s tem porabnikom zagotavlja kakovost in sledljivost prodajanega vina.
- Privlačnost možnosti izbiranja med obsežno ponudbo evropskih vin različnega porekla.
- Učinki za zdravje pri zmerni porabi vina.

5. NAJPOMEMBNEJŠA SREDSTVA

- Ukrepi informiranja in odnosov z javnostjo.
- Usposabljanje distributerjev in gostincev.
- Odnosi z medicinsko stroko in specializiranim tiskom.
- Drugi kanali (spletna stran, letaki in brošure) za usmerjanje potrošnikov pri njihovi izbiri in za ustvarjanje priložnosti za porabo ob družinskih praznovanjih.

6. TRAJANJE PROGRAMOV

12–36 mesecev, ob dajanju prednosti večletnim programom, ki določajo cilje za vsako fazo.

7. OKVIRNI PRORAČUN

6 milijonov eurov.

Sveže sadje in zelenjava

1. PREGLED STANJA

Za ta sektor je značilno strukturno neravnovesje trga, ki je za nekatere proizvode še bolj izrazito, ne glede na dosežanje komunikacijsko prizadevanje.

Opaziti je pomanjkanje zanimanja med porabniki, ki so mlajši od 35 let, kar je še bolj izrazito pri soloobvezni populaciji. To je v nasprotju z uravnoteženo prehrano.

2. CILJI

Cilj je ponovno vzpostaviti podobo proizvodov kot „svežih“ in „naravnih“ ter znižati povprečno starost porabnikov, predvsem s spodbujanjem mladih ljudi k uživanju teh proizvodov.

3. GLAVNE CILJNE SKUPINE

- Mlade družine pod 35 leti.
- Šoloobvezni otroci in adolescenti.
- Obrati družbene prehrane in šolske menze.
- Zdravniki in strokovnjaki za prehrano.

4. GLAVNA SPOROČILA

- Proizvodi so naravni.
- Proizvodi so sveži.
- Kakovost (varnost, hranilna vrednost in okus, proizvodna metoda, varstvo okolja, povezava s poreklom proizvoda).
- Užitek.
- Uravnotežena prehrana.
- Raznolikost in sezonska narava ponudbe svežih proizvodov.
- Preprosta priprava: sveža živila ne zahtevajo kuhanja.
- Sledljivost.

5. NAJPOMEMBNEJŠA SREDSTVA

- Elektronsko orodje (spletna stran, ki predstavlja razpoložljive proizvode, z on-line igrami za otroke).
- Telefonske informacijske linije.
- Odnosi z mediji (npr. specializirani novinarji, ženski časopisi, revije in časopisi za mlade).
- Odnosi z zdravniki in strokovnjaki za prehrano.
- Izobraževalni ukrepi, usmerjeni na otroke in adolescente, ob aktiviranju učiteljev in upraviteljev šolskih menz.
- Drugi kanali (letaki in brošure z informacijami o proizvodih in recepti, otroške igre itd.).
- Vizualna sredstva (kino, specializirani televizijski kanali).
- Radijske reklame.
- Oglaševanje v specializiranih časopisih (za ženske in mlade).

6. TRAJANJE PROGRAMOV

12–36 mesecev, ob dajanju prednosti večletnim programom, ki določajo cilje za vsako fazo.

7. OKVIRNI PRORAČUN

6 milijonov eurov.

Predelano sadje in zelenjava**1. PREGLED STANJA**

Na tem trgu obstaja strukturno neravnovesje, bolj izrazito za nekatere proizvode, ki kljubujejo ostri konkurenci iz uvoza in pri katerih prizadevanje komunicirati s potrošniki ni bilo tako uspešno.

Zlasti je treba omeniti, da so porabniki dovzetni za predelane proizvode, ker jih je lahko pripraviti. Gre torej za trg z možnostjo rasti, ki lahko koristi tudi osnovni pridelavi.

2. CILJI

Podobo proizvoda je treba posodobiti in pomladiti ob zagotavljanju informacij, ki so potrebne za spodbujanje porabe.

3. GLAVNE CILJNE SKUPINE

- Gospodinje.
- Obrati družbene prehrane in šolske menze.
- Zdravniki in strokovnjaki za prehrano.

4. GLAVNA SPOROČILA

- Kakovost (varnost, hranilna vrednost in okus, metode priprave).
- Preprosta uporaba.
- Užitek.
- Raznolikost ponudbe in razpoložljivost skozi vse leto.
- Uravnotežena prehrana.
- Sledljivost.

5. NAJPOMEMBNEJŠA SREDSTVA

- Elektronsko orodje (spletna stran).
- Telefonske informacijske linije.
- Odnosi z mediji (npr. specializirani novinarji, ženski časopisi).
- Predstavitve na prodajnih točkah.
- Odnosi z zdravniki in strokovnjaki za prehrano.
- Drugi kanali (letaki in brošure, ki predstavljajo proizvode in recepte).
- Vizualni mediji.
- Ženski časopisi, kulinarčni časopisi, strokovni časopisi.

6. TRAJANJE PROGRAMOV

12–36 mesecev, ob dajanju prednosti večletnim programom, ki določajo cilje za vsako fazo.

7. OKVIRNI PRORAČUN

3 milijone eurov.
