

KOMMISSIONENS FÖRORDNING (EG) nr 1022/2006

av den 5 juli 2006

om ändring av förordning (EG) nr 1071/2005 om tillämpningsföreskrifter för rådets förordning (EG) nr 2826/2000 om informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter på den inre marknaden

EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION HAR ANTAGIT DENNA FÖRORDNING

med beaktande av fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen,

med beaktande av rådets förordning (EG) nr 2826/2000 av den 19 december 2000 om informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter på den inre marknaden ⁽¹⁾, särskilt artikel 4, artikel 5.1 och artikel 12, och

av följande skäl:

- (1) I artikel 3 i förordning (EG) nr 2826/2000 anges kriterier för att fastställa de teman och produkter som kan omfattas av informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder på den inre marknaden. Dessa teman och produkter förtecknas i bilaga I till kommissionens förordning (EG) nr 1071/2005 ⁽²⁾.
- (2) Enligt artikel 5 i förordning (EG) nr 2826/2000 skall man för varje sektor och produkt fastställa riktlinjer för de kampanjer som genomförs. Riktlinjerna för de olika sektorerna och produkterna framgår av bilaga II till förordning (EG) nr 1071/2005.
- (3) Den nyligen inträffade krissituationen när det gäller aviär influensa har lett till obalanser inom sektorn för fjäderfäkött. Detta beror på att konsumtionen kraftigt gått tillbaka till följd av konsumenternas sviktande förtroende. Det verkar därför lämpligt att möjliggöra informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder inom denna sektor

för att återvinna konsumenternas förtroende på varaktig basis, särskilt genom relevant information.

- (4) Det är därför lämpligt att föra in fjäderfäkött i förteckningen över produkter som kan bli föremål för sådana åtgärder, samt att fastställa riktlinjer för kommande kampanjer inom sektorn.
- (5) Förordning (EG) nr 1071/2005 bör därför ändras i enlighet med detta.
- (6) De åtgärder som föreskrivs i denna förordning är förenliga med yttrandet från förvaltningskommittén för säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

Förordning (EG) nr 1071/2005 skall ändras på följande sätt:

1. Följande strecksats skall läggas till i bilaga I:

”— fjäderfäkött”

2. Texten i bilagan till den här förordningen skall läggas till i bilaga II.

Artikel 2

Denna förordning träder i kraft sju dagar efter det att den har offentliggjorts i *Europeiska unionens officiella tidning*.

Denna förordning är till alla delar bindande och direkt tillämplig i alla medlemsstater.

Utfärdad i Bryssel den 5 juli 2006.

På kommissionens vägnar
Mariann FISCHER BOEL
Ledamot av kommissionen

⁽¹⁾ EGT L 328, 23.12.2000, s. 2. Förordningen senast ändrad genom förordning (EG) nr 2060/2004 (EUT L 357, 2.12.2004, s. 3).

⁽²⁾ EUT L 179, 11.7.2005, s. 1.

BILAGA

Följande riktlinjer för fjäderfäkött skall läggas till i bilaga II till förordning (EG) nr 1071/2005:

"FJÄDERFÄKÖTT

1. Övergripande analys av situationen

Konsumenternas minskade förtroende för fjäderfäkött till följd av den massmediala uppmärksamheten kring aviär influensa har lett till en kraftig nedgång i konsumtionen. Man bör därför stärka konsumenternas förtroende för fjäderfäkött från EU-området.

Målet bör nås genom att man tillhandhåller saklig information om dels produktionssystemen i EU (handelsnormer) och de kontroller som krävs, dels de allmänna bestämmelserna om kontroller och livsmedelssäkerhet.

2. Syften

- Informationskampanjerna och de säljfrämjande åtgärderna gäller endast varor som producerats inom EU.
- Kampanjerna och åtgärderna har följande syften:
 - Att tillhandahålla saklig och fullständig information om de bestämmelser som reglerar produktionssystemen i EU och i medlemsländerna när det gäller säkerheten hos produkter som är baserade på fjäderfäkött; konsumenterna bör särskilt få fullständig och ingående information om handelsnormerna.
 - Att informera konsumenterna om de olika typerna av fjäderfäkött samt om köttets organoleptiska egenskaper och näringsinnehåll.
 - Att informera konsumenterna om spårbarheten.

3. Målgrupper

- Konsumenter och konsumentorganisationer.
- Personer som sköter hushållens inköp.
- Institutioner (restauranger, sjukhus, skolor osv.).
- Partihandlare och partihandelsorganisationer.
- Journalister och opinionsbildare.

4. Huvudbudskap

- Det fjäderfäkött som saluförs inom gemenskapen omfattas av EU-bestämmelser som täcker hela produktionskedjan, inklusive slakt och konsumtion.
- Säkerhetsbestämmelser, bland annat i form av kontroller, vidtas redan.
- Allmänna hygienråd för hantering av animaliska livsmedel.

5. Viktigaste kanaler

- Internet.
- PR-arrangemang i samarbete med massmedier samt reklam (vetenskapliga tidskrifter och specialpress, tidskrifter riktade till kvinnor, vanliga tidningar, matlagningsmagasin).
- Kontakter med konsumenter och konsumentorganisationer.
- Audivisueella medier.
- Skriftlig information (broschyrer och foldrar).
- Information på försäljningsställena.

6. Programmens längd och omfattning

Programmen bör åtminstone omfatta ett helt land, alternativt gälla flera medlemsländer.

Programmen bör genomföras under 12 till 24 månader. Företräde ges till program som genomförs under mer än ett år, och där varje etapp innehåller motiverade mål."
