

## I

(Rättsakter som antagits i enlighet med EG- och Euratomfördragen och som ska offentliggöras)

## FÖRORDNINGAR

## RÅDETS FÖRORDNING (EG) nr 3/2008

av den 17 december 2007

**om informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter på den inre marknaden och i tredjeländ**

EUROPEISKA UNIONENS RÅD HAR ANTAGIT DENNA FÖRORDNING

med beaktande av fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen, särskilt artiklarna 36 och 37,

med beaktande av kommissionens förslag,

med beaktande av Europaparlamentets yttrande, och

av följande skäl:

(1) Med stöd av rådets förordningar (EG) nr 2826/2000<sup>(1)</sup> och (EG) nr 2702/1999<sup>(2)</sup> får gemenskapen genomföra informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder på den inre marknaden och i tredjeländ för ett antal jordbruksprodukter. Resultaten av dessa åtgärder har hittills varit mycket uppmuntrande.

(2) Med hänsyn till de erfarenheter som gjorts och framtidsutsikterna för utvecklingen på marknaden både inom och utanför gemenskapen och de nya ramarna för internationell handel bör det utvecklas en övergripande och konsekvent politik för informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder på den inre marknaden och marknaderna i tredjeländer när det gäller jordbruksprodukter och deras framställning samt i fråga om livsmedelsprodukter framställda från jordbruksprodukter utan att samtidigt stimulera till konsumtion av produkter med visst ursprung.

(<sup>1</sup>) Rådets förordning (EG) nr 2826/2000 av den 19 december 2000 om informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter på den inre marknaden (EGT L 328, 23.12.2000, s. 2). Förordningen senast ändrad genom förordning (EG) nr 1182/2007 (EUT L 273, 17.10.2007, s. 1).

(<sup>2</sup>) Rådets förordning (EG) nr 2702/1999 av den 14 december 1999 om informations- och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter i tredje land (EGT L 327, 21.12.1999, s. 7). Förordningen ändrad genom förordning (EG) nr 2060/2004 (EUT L 357, 2.12.2004, s. 3).

(3) För att skapa klarhet bör därför förordningarna (EG) nr 2702/1999 och (EG) nr 2826/2000 upphävas och ersättas med en enda förordning, med bibehållande av marknadsrelaterade särdrag beroende på var åtgärderna vidtas.

(4) En sådan politik kompletterar och förstärker på ett värdefullt sätt medlemsstaternas åtgärder, bland annat genom att främja bilden av produkterna hos konsumenterna i gemenskapen och i tredjeländ, särskilt när det gäller kvalitet, näringsvärde, livsmedelssäkerhet och produktionsmetoder. Sådana åtgärder kommer att hjälpa till att öppna nya avsättningsmöjligheter i tredjeländer och därmed troligtvis även att leda till att ytterligare nationella eller privata initiativ kommer till stånd.

(5) Urvalskriterier bör definieras för produkter och berörda sektorer, samt teman och marknader för gemenskapens program.

(6) Informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter i tredjeländer bör kunna gälla både produkter för vilka exportbidrag betalas och produkter som inte stöds på detta sätt.

(7) Åtgärderna bör verkställas inom ramen för program för informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder. För att säkerställa programmets samstämmighet och effektivitet beträffande åtgärderna på den inre marknaden, bör riktlinjer fastställas så att varje produkt eller berörd sektor omfattas av allmänna riktlinjer för det huvudsakliga innehållet i respektive gemenskapsprogram.

(8) Med tanke på att de uppgifter som ska utföras är av teknisk art bör kommissionen ges möjlighet att ta hjälp av en expertkommitté för kommunikation eller att anlita tekniska medhjälpare.

- (9) Det bör fastställas kriterier för finansieringen av åtgärderna. Generellt bör gemenskapen endast delvis finansiera åtgärderna, så att de organisationer som lämnar förslag och berörda medlemsstater får bära sin del av ansvaret. I särskilda fall kan det ändå vara lämpligt att den berörda medlemsstaten slipper delta i finansieringen. När det rör sig om information om gemenskapssystem avseende ursprung, ekologisk produktion och märkning samt om de grafiska symboler som föreskrivs i regelverket på jordbruksområdet, i synnerhet för regionerna i de yttersta randområdena, kan en samfinansiering mellan gemenskapen och medlemsstaterna motiveras av behovet av lämplig information om dessa relativt nya åtgärder.
- (10) Genomförandet av åtgärderna bör enligt lämpliga förfaranden ges i uppdrag åt organ med den sammansättning och den kompetens som krävs, så att de valda åtgärderna blir så kostnadseffektiva som möjligt.
- (11) Med hänsyn till de erfarenheter och de resultat som internationella rådet för olivolja uppnått i sin säljfrämjande verksamhet bör det emellertid fastställas att kommissionen även fortsättningsvis kan överlämna åt detta råd att genomföra de åtgärder som faller inom dess behörighetsområde. Det bör även finnas möjlighet att vända sig till liknande internationella organisationer för andra produkter.
- (12) För att kontrollera både att programmen genomförs på ett korrekt sätt och vilken inverkan åtgärderna har, bör det föreskrivas att medlemsstaterna ska svara för en effektiv övervakning av åtgärderna samt att resultaten ska utvärderas av ett oberoende organ.
- (13) Utgifterna för finansieringen av åtgärderna enligt den här förordningen bör behandlas som åtgärder enligt rådets förordning (EG) nr 1290/2005 av den 21 juni 2005 om finansieringen av den gemensamma jordbrukspolitiken <sup>(1)</sup>.
- (14) De åtgärder som är nödvändiga för att genomföra denna förordning bör antas i enlighet med rådets beslut 1999/468/EG av den 28 juni 1999 om de förfaranden som ska tillämpas vid utövandet av kommissionens genomförandebefogenheter <sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> EUT L 209, 11.8.2005, s. 1. Förordningen senast ändrad genom förordning (EG) nr 1437/2007 (EUT L 322, 7.12.2007, s. 1).

<sup>(2)</sup> EGT L 184, 17.7.1999, s. 23. Beslutet ändrat genom beslut 2006/512/EG (EUT L 200, 22.7.2006, s. 11).

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

#### Artikel 1

##### Syfte och tillämpningsområde

1. Gemenskapen får på de villkor som anges i denna förordning via gemenskapsbudgeten helt eller delvis finansiera sådana informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter och för deras produktionsmetoder samt för livsmedelsprodukter framställda från jordbruksprodukter, vilka genomförs inom gemenskapen eller i tredjeland och är av de slag som anges i artikel 2.

Dessa åtgärder ska genomföras inom ramen för ett program för informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder.

2. De åtgärder som avses i punkt 1 får inte vara inriktade på varumärken eller stimulera till konsumtion av produkter med ett visst ursprung. Ursprunget får dock anges för produkter som ingår i kampanjen, om beteckningen överensstämmer med gemenskapslagstiftningen.

#### Artikel 2

##### Informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder

1. De åtgärder som avses i artikel 1.1 ska vara följande:
- a) PR, säljfrämjande åtgärder och reklam, vari särskilt betonas de inneboende egenskaperna och fördelarna med gemenskapsprodukterna när det gäller bl.a. kvalitet, hygien, livsmedelssäkerhet, särskilda produktionsmetoder, näringsmässiga aspekter, märkning, djurskydd och miljöhänsyn.
  - b) Åtgärder för att informera om gemenskapssystemen för skyddad ursprungsbeteckning (SUB), skyddad geografisk beteckning (SGB), garanterad traditionell specialitet (GTS) och ekologisk produktion samt andra gemenskapssystem för kvalitetsnormer och märkning för jordbruksprodukter och livsmedel och för grafiska symboler som fastställs i tillämplig gemenskapslagstiftning.
  - c) Informationskampanjer som inriktar sig på gemenskapens system med kvalitetsvin framställt i ett specificerat område (kvalitetsvin fso), vin med geografisk beteckning och spritdrycker med geografisk beteckning och reserverad traditionell beteckning.
  - d) Utvärderingsstudier av vilka resultat informationskampanjerna och de säljfrämjande åtgärderna har givit.

2. På den inre marknaden kan de åtgärder som anges i artikel 1.1 ta formen av deltagande i stora nationella eller europeiska arrangemang, varumässor och utställningar, med monstrar avsedda att främja bilden av gemenskapsprodukterna.

3. I tredjeländer kan även följande ingå i de åtgärder som avses i artikel 1.1:

- a) Informationsåtgärder om gemenskapens system för bordsviner.
- b) Deltagande i stora internationella arrangemang, varumässor och utställningar, med montrar avsedda att främja bilden av gemenskapsprodukterna.
- c) Nya marknadsundersökningar som är nödvändiga för att utöka avsättningsmöjligheterna.
- d) Handelsdelegationer på hög nivå.

#### Artikel 3

##### Berörda produkter och sektorer

1. De sektorer eller produkter som kan omfattas av de åtgärder som avses i artikel 1.1 på den inre marknaden ska fastställas med beaktande av följande kriterier:

- a) Lämpligheten av att framhålla produkternas kvalitet, typiska egenskaper, särskilda produktionsmetoder, närings- och hälsomässiga aspekter, hygien, livsmedelssäkerhet, djurskydd eller miljöhänsyn genom tematiska kampanjer eller åtgärder som riktar sig till en särskild målgrupp.
- b) Bruket av ett märkningssystem och ett system för spårning och kontroll av produkterna.
- c) Nödvändigheten av att ta itu med specifika eller konjunkturbetingade problem för en viss sektor.
- d) Lämpligheten av att informera om innebörden av gemenskapens system med SUB, SGB, GTS och ekologiska produkter.
- e) Lämpligheten av att informera om innebörden av gemenskapens system med kvalitetsvin fso, vin med geografisk beteckning och spritdrycker med geografisk beteckning eller reserverad traditionell beteckning.

2. De produkter som kan omfattas av de åtgärder som avses i artikel 1.1 för genomförande i tredjeländer är främst följande:

- a) Produkter som är avsedda för direkt konsumtion eller för bearbetning och för vilka det finns exportmöjligheter eller nya avsättningsmöjligheter i tredjeländ, särskilt utan att det beviljas bidrag.

- b) Typiska produkter eller kvalitetsprodukter med ett högt mervärde.

#### Artikel 4

##### Förteckning över teman, produkter och länder där åtgärder kan vidtas

Kommissionen ska enligt förfarandet i artikel 16.2 fastställa förteckningar över teman och produkter som avses i artikel 3 samt berörda tredjeländer. Dessa förteckningar ska revideras vartannat år. Vid behov får dock dessa förteckningar ändras enligt samma förfarande.

När urvalet av tredjeländer görs ska marknaderna i de länder beaktas där det finns en reell eller potentiell efterfrågan.

#### Artikel 5

##### Riktlinjer

1. För säljfrämjande åtgärder på den inre marknaden ska kommissionen för var och en av de sektorer och produkter som godkänts fastställa riktlinjer i enlighet med förfarandet i artikel 16.2 för den strategi som ska följas i förslag till program för informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder.

Dessa riktlinjer ska innehålla allmänna anvisningar i synnerhet om

- a) de mål och målgrupper som ska nås,
- b) ett eller flera teman som ska bli föremål för de valda åtgärderna,
- c) de typer av åtgärder som ska vidtas,
- d) programmets längd,
- e) den vägledande fördelningen, beroende på marknader och typer av åtgärder, av det disponibla beloppet för gemenskapens ekonomiska stöd till genomförandet av programmen.

När det gäller säljfrämjande åtgärder som avser färsk frukt och färska grönsaker ska särskild uppmärksamhet ägnas åt sådana åtgärder som riktar sig till skolbarn.

2. För säljfrämjande åtgärder i tredjeländer får kommissionen fastställa riktlinjer i enlighet med förfarandet i artikel 16.2 för den strategi som ska följas i förslag till program för informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder för samtliga eller vissa av de produkter som avses i artikel 3.2.

### Artikel 6

#### **Organisationer med ansvar för att genomföra informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder**

1. För att genomföra de åtgärder som avses i artikel 2.1 a–c, artikel 2.2 och artikel 2.3 a–c ska den eller de branschorganisationer eller branschövergripande organ som representerar den eller de berörda sektorerna i en eller flera medlemsstater eller på gemenskapsnivå, i enlighet med de riktlinjer som avses i artikel 5.1, och med förbehåll för punkt 2 i den här artikeln, utarbeta förslag till program för informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder med en varaktighet av högst tre år.

2. När det fattas beslut om marknadsföringsåtgärder i tredjeländer inom sektorn för olivolja och bordsoliver får gemenskapen genomföra dessa via det internationella rådet för olivolja.

Gemenskapen får för andra produkter vända sig till internationella organisationer som ställer liknande garantier.

### Artikel 7

#### **Utarbetande och överlämnande av program för informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder**

1. Medlemsstaterna ska fastställa en specifikation med de krav och kriterier som ska tillämpas vid bedömningen av programmen för informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder.

Den eller de berörda medlemsstaterna ska granska alla förslag till program och deras förenlighet med den här förordningen, med riktlinjerna enligt artikel 5 och med kravspecifikationerna. De ska även undersöka förhållandet mellan kostnad och kvalitet för varje program.

När medlemsstaten/medlemsstaterna har granskat programmet/programmen ska de utarbeta en förteckning över de godkända programmen inom ramen för tillgängliga medel och i förekommande fall åta sig att delta i finansieringen av programmen.

2. Medlemsstaten/medlemsstaterna ska överlämna programförteckningarna enligt punkt 1 till kommissionen tillsammans med kopior av programmen.

Om kommissionen konstaterar att ett program som har lämnats in, eller vissa delar av programmet, inte följer gemenskapslagstiftningen eller, när det gäller åtgärder som ska genomföras på den inre marknaden, de riktlinjer som avses i artikel 5, eller om det inte har tillräcklig kvalitet i förhållande till kostnaderna, ska den inom den tidsfrist som ska fastställas i enlighet med förfarandet i artikel 16.2 underrätta den eller de berörda medlems-

staterna om att hela programmet eller delar av det inte är stödberättigande. Om ingen sådan underrättelse görs ska programmet anses vara stödberättigande.

Medlemsstaten/medlemsstaterna ska beakta eventuella synpunkter från kommissionen och ska skicka tillbaka programmen till kommissionen, omarbetade i samarbete med den eller de förslagsställande organisationerna enligt artikel 6.1, inom en tidsperiod som ska fastställas i enlighet med förfarandet i artikel 16.2.

### Artikel 8

#### **Urval av program för informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder**

1. Kommissionen ska i enlighet med förfarandet i artikel 16.2 besluta om vilka program som godkänns och de motsvarande budgetarna. Program som har lämnats in av fler än en medlemsstat eller som omfattar åtgärder i fler än en medlemsstat eller ett tredjeländ ska prioriteras.

2. Kommissionen får i enlighet med förfarandet i artikel 16.2 fastställa minsta eller högsta belopp för de faktiska kostnaderna för de program som godkänns enligt punkt 1 i den här artikeln. Dessa begränsningar får variera alltefter de berörda programmens karaktär. Kriterierna för detta får fastställas i enlighet med förfarandet i artikel 16.2.

### Artikel 9

#### **Förfarande vid avsaknad av informationsprogram för den inre marknaden**

1. Om det saknas program för den inre marknaden för en eller flera av de informationsåtgärder som avses i artikel 2.1 b framlagda i enlighet med artikel 6.1 ska den eller de berörda medlemsstaterna på grundval av kommissionens riktlinjer enligt artikel 5.1 utarbeta ett program och motsvarande kravspecifikationer och genomföra ett offentligt anbudsförfarande för att utse det organ som ska få ansvaret att genomföra det program som medlemsstaten eller medlemsstaterna åtar sig att delfinansiera.

2. Medlemsstaten/medlemsstaterna ska tillstålla kommissionen det program som godkänts i enlighet med punkt 1 tillsammans med ett motiverat yttrande om

a) programmets lämplighet,

b) programmets och det föreslagna organets förenlighet med bestämmelserna i den här förordningen och i förekommande fall med de tillämpliga riktlinjerna,

c) en bedömning av förhållandet mellan kvalitet och pris för programmet.

3. Vid kommissionens granskning av programmen ska artikel 7.2 och 8.1 tillämpas.

4. Kommissionen får i enlighet med förfarandet i artikel 16.2 fastställa minsta eller högsta belopp för de faktiska kostnaderna för de program som lämnas in enligt punkt 2 i den här artikeln. Dessa begränsningar får variera alltefter de berörda programmens karaktär. Kriterierna för detta får fastställas i enlighet med förfarandet i artikel 16.2.

#### Artikel 10

### Informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder som vidtas på kommissionens initiativ

Kommissionen får besluta om att genomföra en eller flera av följande åtgärder efter att ha informerat den kommitté som anges i artikel 16.1 eller, i förekommande fall, den kommitté som inrättats enligt artikel 14.1 i rådets förordning (EEG) nr 2092/91 av den 24 juni 1991 om ekologisk produktion av jordbruksprodukter och uppgifter därom på jordbruksprodukter och livsmedel <sup>(1)</sup>, ständiga kommittén för skyddade geografiska beteckningar och ursprungs-beteckningar som inrättats enligt artikel 15.1 i rådets förordning (EG) nr 510/2006 av den 20 mars 2006 om skydd av geografiska beteckningar och ursprungs-beteckningar för jordbruksprodukter och livsmedel <sup>(2)</sup> eller ständiga kommittén för garanterade traditionella specialiteter som inrättats enligt artikel 18.1 i rådets förordning (EG) nr 509/2006 av den 20 mars 2006 om garanterade traditionella specialiteter av jordbruksprodukter och livsmedel <sup>(3)</sup>:

- a) På den inre marknaden eller i tredjeland:
- De åtgärder som avses i artikel 2.1 d i den här förordningen.
  - De åtgärder som avses i artikel 2.1 b–c och artikel 2.2 i den här förordningen, i de fall sådana åtgärder är av intresse för hela gemenskapen eller där inget lämpligt förslag har lämnats in enligt de förfaranden som fastställs i artiklarna 6 och 9 i den här förordningen.
- b) I tredjeland:
- De åtgärder som avses i artikel 2.3 d i den här förordningen.
  - De åtgärder som avses i artikel 2.1 a och artikel 2.3 a–c i den här förordningen, i de fall sådana åtgärder är av

intresse för hela gemenskapen eller där inget lämpligt förslag har lämnats in enligt de förfaranden som fastställs i artiklarna 6 och 9 i den här förordningen.

#### Artikel 11

### Organ med ansvar för genomförande av program och åtgärder

1. Kommissionen ska, genom ett öppet eller ett selektivt anbuds-förfarande, välja ut

- de eventuella tekniska medhjälpare som behövs för att utvärdera de programförslag som avses i artikel 7.2 inbegripet de föreslagna genomförandeorganen,
- det eller de organ som ska ansvara för att genomföra de åtgärder som avses i artikel 10.

2. Efter att ha begärt in konkurrerande anbud med lämpliga metoder ska den förslagsställande organisationen utse de organ som ska genomföra de program som har godkänts enligt artikel 7.1.

Under vissa förhållanden som ska fastställas i enlighet med förfarandet i artikel 16.2 kan dock den förslagsställande organisationen få tillstånd att själv genomföra vissa delar av ett program.

3. De organ som får ansvar för att genomföra informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder ska ha sakkunskap om de berörda produkterna och marknaderna och ha de resurser som behövs för att på bästa sätt genomföra åtgärderna med beaktande av gemenskapsdimensionen i de aktuella programmen.

#### Artikel 12

### Övervakning av programmen

1. En övervakningsgrupp bestående av företrädare för kommissionen, de berörda medlemsstaterna och de förslagsställande organisationerna ska svara för övervakningen av de godkända program som avses i artiklarna 8 och 9.

2. De berörda medlemsstaterna ska vara ansvariga för genomförandet av de godkända program som avses i artiklarna 8 och 9 och för de utbetalningar som berör dessa. Medlemsstaterna ska säkerställa att allt eventuellt informationsmaterial eller säljfrämjande material är förenligt med gemenskapslagstiftningen.

<sup>(1)</sup> EGT L 198, 22.7.1991, s. 1. Förordningen senast ändrad genom kommissionens förordning (EG) nr 1319/2007 (EUT L 293, 10.11.2007, s. 3).

<sup>(2)</sup> EUT L 93, 31.3.2006, s. 12. Förordningen ändrad genom förordning (EG) nr 1791/2006 (EUT L 363, 20.12.2006, s. 1).

<sup>(3)</sup> EUT L 93, 31.3.2006, s. 1.

### Artikel 13

#### Finansiering

1. Gemenskapen ska utan att det påverkar tillämpningen av punkt 4 helt och hållet finansiera de åtgärder som avses i artikel 10. Gemenskapen ska även helt och hållet finansiera de kostnader som uppstår för de tekniska medhjälpare som utses enligt artikel 11.1 a.

2. Gemenskapens bidrag till de godkända program som avses i artiklarna 8 och 9 får inte överstiga 50 % av de faktiska kostnaderna för programmen. När det gäller program för säljfrämjande åtgärder som varar två eller tre år får det årliga stödet inte överstiga denna övre gräns.

Den procentsats som anges i första stycket ska vara 60 % för säljfrämjande åtgärder som avser frukt och grönsaker och som särskilt riktar sig till skolbarn i gemenskapen.

3. Den eller de förslagsställande organisationerna ska finansiera minst 20 % av de faktiska kostnaderna för de föreslagna programmen, och resten av finansieringen ska i förekommande fall täckas av den eller de berörda medlemsstaterna med beaktande av det gemenskapsstöd som avses i punkt 2.

Medlemsstaternas och de förslagsställande organisationernas andelar ska fastställas vid den tidpunkt då programmen överlämnas till kommissionen enligt artikel 7.2.

Finansieringen från medlemsstaterna eller de förslagsställande organisationerna får bestå av skattelikhande intäkter eller obligatoriska bidrag.

4. Vid tillämpningen av artikel 6.2 ska gemenskapen, efter det att programmet godkänts, betala ett rimligt bidrag till den berörda internationella organisationen.

5. För de program som avses i artikel 9 ska de berörda medlemsstaterna betala den del av finansieringen som inte betalas av gemenskapen.

Medlemsstaternas finansiering får bestå av skattelikhande intäkter.

6. Artiklarna 87, 88 och 89 i fördraget ska inte gälla för det ekonomiska stödet från medlemsstaterna eller för det ekonomiska stöd som kommer från skattelikhande intäkter eller obligatoriska bidrag som medlemsstaterna eller de förslagsställande organisationerna svarar för i fråga om de program som berättigar till stöd enligt artikel 36 i fördraget och som kommissio-

nen har beslutat godkänna i enlighet med artikel 8.1 i den här förordningen.

### Artikel 14

#### Gemenskapsutgifter

Gemenskapsfinansieringen av de åtgärder som avses i artikel 1.1 ska genomföras antingen enligt artikel 3.1 d eller artikel 3.2 b i förordning (EG) nr 1290/2005.

### Artikel 15

#### Tillämpningsföreskrifter

Tillämpningsföreskrifter för den här förordningen ska antas i enlighet med förfarandet i artikel 16.2.

### Artikel 16

#### Kommittéförfarande

1. Kommissionen ska biträdas av den förvaltningskommitté för den gemensamma organisationen av jordbruksmarknaderna som inrättats genom artikel 195 i rådets förordning (EG) nr 1234/2007 av den 22 oktober 2007 om upprättande av en gemensam organisation av jordbruksmarknaderna och om särskilda bestämmelser för vissa jordbruksprodukter ("enda förordningen om de gemensamma organisationerna av marknaden")<sup>(1)</sup>.

2. När det hänvisas till denna punkt ska artiklarna 4 och 7 i beslut 1999/468/EG tillämpas.

Den tid som avses i artikel 4.3 i beslut 1999/468/EG ska vara en månad.

### Artikel 17

#### Samråd

Innan kommissionen fastställer de förteckningar som avses i artikel 4 eller de riktlinjer som avses i artikel 5, godkänner de program som avses i artiklarna 6 och 9 eller beslutar om åtgärder enligt artikel 10 eller om tillämpningsföreskrifter enligt artikel 15, får den samråda med

a) rådgivande gruppen för främjande av jordbruksprodukter som inrättats enligt kommissionens beslut 2004/391/EG<sup>(2)</sup>,

b) för ändamålet tillsätta arbetsgrupper bestående av ledamöter i kommittén eller av experter med särskild sakkunskap om marknadsföring och reklam.

<sup>(1)</sup> EUT L 299, 16.11.2007, s. 1.

<sup>(2)</sup> EUT L 120, 24.4.2004, s. 50.

*Artikel 18***Rapport**

Kommissionen ska senast den 31 december 2010 lägga fram en rapport för Europaparlamentet och rådet om tillämpningen av denna förordning, i förekommande fall åtföljd av lämpliga förslag.

Hänvisningar till de upphävda förordningarna ska anses som hänvisningar till denna förordning och ska läsas i enlighet med jämförelsetabellen i bilagan.

*Artikel 19***Upphävande**

Förordningarna (EG) nr 2702/1999 och (EG) nr 2826/2000 ska upphöra att gälla.

*Artikel 20***Ikraftträdande**

Denna förordning träder i kraft den sjunde dagen 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 17 december 2007.

*På rådets vägnar*

J. SILVA

*Ordförande*

---

## BILAGA

## JÄMFÖRELSETABELL ENLIGT ARTIKEL 19

## 1. Förordning (EG) nr 2702/1999

Förordning (EG) nr 2702/1999	Denna förordning
Artikel 1	Artikel 1
Artikel 2	Artikel 2
Artikel 3	Artikel 3.2
Artikel 4	Artikel 3.2 sista stycket
Artikel 5.1	Artikel 4
Artikel 5.2	Artikel 5.2
Artikel 6	Artikel 5(3)
Artikel 7.1 första stycket	Artikel 6
Artikel 7.1 andra stycket och artikel 7.2	Artikel 7.1
Artikel 7.3	Artikel 7.2
Artikel 7.4–7.6	Artikel 8
—	Artikel 9
Artikel 7a	Artikel 10
Artikel 8.1 och 8.2	Artikel 11
Artikel 8.3 och 8.4	Artikel 12
Artikel 9.1–9.4	Artikel 13.1–13.4
—	Artikel 13.5
Artikel 9.5	Artikel 13.6
Artikel 10	Artikel 14
Artikel 11	Artikel 15
Artikel 12	Artikel 16
Artikel 12a	Artikel 17
Artikel 13	Artikel 18
Artikel 14	Artikel 19
Artikel 15	Artikel 20



**2. Förordning (EG) nr 2826/2000**

Förordning (EG) nr 2826/2000	Denna förordning
Artikel 1	Artikel 1
Artikel 2	Artikel 2
Artikel 3	Artikel 3.1
Artikel 4	Artikel 4
Artikel 5	Artikel 5.1
Artikel 6.1 första stycket	Artikel 6
Artikel 6.1 andra stycket och artikel 6.2	Artikel 7.1
Artikel 6.3	Artikel 7.2
Artikel 6.4–6	Artikel 8
Artikel 7	Artikel 9
Artikel 7a	Artikel 10
Artikel 8	Artikel 11.1
Artikel 9	Artikel 13
Artikel 10.1	Artikel 11.2
Artikel 10.2 och 10.3	Artikel 12
Artikel 11	Artikel 14
Artikel 12	Artikel 15
Artikel 13	Artikel 16
Artikel 13a	Artikel 17
Artikel 14	Artikel 18
Artikel 15	Artikel 19
Artikel 16	—
Artikel 17	Artikel 20