**Το έγγραφο αυτό συνιστά βοήθημα τεκμηρίωσης και δεν δεσμεύει τα κοινοτικά όργανα**

►**B** **ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) αριθ. 94/2002 ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ**

**της 18ης Ιανουαρίου 2002**

**για τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 του Συμβουλίου, σχετικά με ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης των γεωργικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά**

(ΕΕ L 17 της 19.1.2002, σ. 20)

Τροποποιείται από:

| | | Επίσημη Εφημερίδα | | |
|---|---|---|---|---|
| | | αριθ. | σελίδα | ημερομηνία |
| ►**M1** | Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 305/2002 της Επιτροπής της 18ης Φεβρουαρίου 2002 | L 47 | 12 | 19.2.2002 |
| ►**M2** | Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 434/2002 της Επιτροπής της 8ης Μαρτίου 2002 | L 67 | 6 | 9.3.2002 |
| ►**M3** | Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1186/2002 της Επιτροπής της 2ας Ιουλίου 2002 | L 173 | 4 | 3.7.2002 |
| ►**M4** | Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 2097/2002 της Επιτροπής της 27ης Νοεμβρίου 2002 | L 323 | 41 | 28.11.2002 |

▼B

**ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) αριθ. 94/2002 ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ**

**της 18ης Ιανουαρίου 2002**

**για τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 του Συμβουλίου, σχετικά με ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης των γεωργικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά**

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ,

Έχοντας υπόψη:

τη συνθήκη για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας,

τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 του Συμβουλίου, της 19ης Δεκεμβρίου 2000, σχετικά με ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης των γεωργικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά [1], και ιδίως τα άρθρα 12 και 16,

Εκτιμώντας τα ακόλουθα:

(1) Πρέπει να καθοριστούν οι λεπτομέρειες εφαρμογής των ενεργειών ενημέρωσης και προώθησης των γεωργικών προϊόντων και, δευτερευόντως, των προϊόντων διατροφής στην εσωτερική αγορά.

(2) Με μέλημα την ορθή διαχείριση, είναι σκόπιμο να προβλεφθεί η συχνότητα με την οποία θα καταρτίζεται ο κατάλογος θεμάτων και προϊόντων που αποτελούν το αντικείμενο των ανωτέρω ενεργειών.

(3) Προκειμένου να αποφευχθεί κάθε κίνδυνος στρεβλώσεων ανταγωνισμού, πρέπει να χαραχθούν κατευθυντήριες γραμμές οι οποίες θα ακολουθούνται κατά την αναφορά στη συγκεκριμένη καταγωγή προϊόντων που αποτελούν το αντικείμενο εκστρατειών προώθησης και ενημέρωσης.

(4) Πρέπει να καθοριστεί η διαδικασία υποβολής προγραμμάτων και επιλογής του οργανισμού εκτέλεσης, κατά τρόπο που να διασφαλίζονται ο ευρύτερος δυνατός ανταγωνισμός και η ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών.

(5) Πρέπει να καθοριστούν τα κριτήρια επιλογής προγραμμάτων από τα κράτη μέλη και έγκρισης από την Επιτροπή, κατά τρόπο που να διασφαλίζονται η τήρηση των κοινοτικών κανόνων και η αποτελεσματικότητα των προς πραγματοποίηση ενεργειών, λαμβανομένων ιδίως υπόψη των διατάξεων της οδηγίας 92/50/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 18ης Ιουνίου 1992 για το συντονισμό των διαδικασιών σύναψης δημοσίων συμβάσεων υπηρεσιών [2], όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την οδηγία 2001/78/ΕΚ της Επιτροπής [3].

(6) Στο πλαίσιο συνεργασίας με τα κράτη μέλη, κατόπιν εξέτασης των προγραμμάτων, η Επιτροπή ενημερώνει την επιτροπή διαχείρισης των προγραμμάτων που έχουν εγκριθεί και των σχετικών προϋπολογισμών.

(7) Με στόχο την πλαισίωση των προς υλοποίηση προγραμμάτων, πρέπει να καθοριστούν γενικές κατευθυντήριες γραμμές των εν λόγω εκστρατειών. Οι εκστρατείες πρέπει να έχουν ενημερωτικό χαρακτήρα σύμφωνα με το άρθρο 3 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000. Σε πρώτη φάση, οι κατευθύνσεις αυτές καθορίζονται για συγκεκριμένο αριθμό σημαντικών τομέων, με την επιφύλαξη της προσθήκης άλλων τομέων ή θεμάτων σε μεταγενέστερο στάδιο. Κατευθυντήριες γραμμές πρόκειται επίσης να

[1] ΕΕ L 328 της 21.12.2000, σ. 2.
[2] ΕΕ L 209 της 24.7.1992, σ. 1.
[3] ΕΕ L 285 της 29.10.2001, σ. 1.

▼B

θεσπιστούν για τον τομέα των ζώντων φυτών και των ανθοκομικών προϊόντων.

(8) Με μέλημα την αποτελεσματικότητα των κοινοτικών ενεργειών, θα πρέπει να καθοριστούν τα προτιμησιακά κριτήρια στην επιλογή των προγραμμάτων, για τη βελτιστοποίηση των αποτελεσμάτων τους.

(9) Σε περίπτωση προγραμμάτων που ενδιαφέρουν περισσότερα του ενός κράτη μέλη, πρέπει να προβλέπονται τα μέτρα που διασφαλίζουν τη μεταξύ των κρατών μελών συνεργασία για την υποβολή και την εξέταση των προγραμμάτων.

(10) Πρέπει να καθοριστούν οι συνέπειες που μπορεί να έχει, ενδεχομένως, η μείωση της κοινοτικής χρηματοδότησης σε περίπτωση αποκλεισμού κάποιας οργάνωσης λόγω της απουσίας συγχρηματοδότησης κράτους μέλους, και μη εφαρμογής των διατάξεων του άρθρου 9 παράγραφος 3 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000.

(11) Πρέπει να καθοριστούν οι έλεγχοι που διενεργούν τα κράτη μέλη όσον αφορά τα προγράμματα που διαχειρίζονται τα ίδια άμεσα.

(12) Με μέλημα τη χρηστή δημοσιονομική διαχείριση, πρέπει να διευκρινιστούν οι λεπτομέρειες εφαρμογής της κοινοτικής χρηματοδοτικής συμμετοχής. Θα πρέπει ιδίως να διευκρινιστεί ότι, στην περίπτωση πολυετών προγραμμάτων, η χρηματοδοτική συμμετοχή της Κοινότητας δεν μπορεί να υπερβαίνει συνολικά το 50 % του συνολικού κόστους.

(13) Οι λεπτομέρειες όσον αφορά την τήρηση των υποχρεώσεων που αναλαμβάνονται πρέπει να αποτελούν το αντικείμενο συμβάσεων που συνάπτονται μεταξύ των ενδιαφερομένων και των αρμόδιων εθνικών οργανισμών, εντός εύλογης προθεσμίας, βάσει υποδειγμάτων συμβάσεων που θέτει στη διάθεσή τους η Επιτροπή.

(14) Προκειμένου να διασφαλιστεί η ορθή εκτέλεση της σύμβασης, είναι σκόπιμο το συμβαλλόμενο μέρος να συνιστά υπέρ του αρμόδιου οργανισμού εγγύηση ίση προς το 15 % της κοινοτικής συμμετοχής. Για τον ίδιο σκοπό, εγγύηση πρέπει να συνιστάται σε περίπτωση αίτησης προκαταβολής.

(15) Πρέπει να καθοριστεί η βασική απαίτηση υπό την έννοια του άρθρου 20 του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2220/85 της Επιτροπής [1], όπως τροποποιήθηκε τελευταία από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1932/1999 [2].

(16) Για τις απαιτήσεις δημοσιονομικής διαχείρισης, είναι απαραίτητο να προβλέπονται κυρώσεις σε περίπτωση μη υποβολής ή μη τήρησης της προθεσμίας υποβολής αιτήσεων για ενδιάμεσες πληρωμές ή σε περίπτωση καθυστέρησης των πληρωμών από τα κράτη μέλη.

(17) Με μέλημα τη χρηστή δημοσιονομική διαχείριση και προκειμένου να αποφευχθεί ο κίνδυνος να εξαντληθεί με τις προβλεπόμενες δόσεις η χρηματοδοτική συμμετοχή της Κοινότητας έτσι ώστε να μην υφίσταται πλέον υπόλοιπο προς πληρωμή, είναι σκόπιμο να προβλεφθεί ότι η προκαταβολή και οι διάφορες ενδιάμεσες πληρωμές δεν είναι δυνατόν να υπερβούν το 80 % της κοινοτικής συμμετοχής. Για τον ίδιο λόγο, η αίτηση για την καταβολή του υπολοίπου πρέπει να υποβάλλεται στον αρμόδιο οργανισμό εντός καθορισμένης προθεσμίας.

---

[1] ΕΕ L 205 της 3.8.1985, σ. 5.
[2] ΕΕ L 240 της 10.9.1999, σ. 11.

▼B

(18) Κρίνεται αναγκαίο να ελέγχουν τα κράτη μέλη την εκτέλεση των ενεργειών και να τηρείται η Επιτροπή ενήμερη για τα αποτελέσματα της εφαρμογής των μέτρων που προβλέπονται στον παρόντα κανονισμό. Με μέλημα τη χρηστή δημοσιονομική διαχείριση, είναι σκόπιμο να προβλεφθεί συνεργασία μεταξύ των κρατών μελών σε περιπτώσεις κατά τις οποίες οι ενέργειες πραγματοποιούνται σε κράτος μέλος άλλο από εκείνο στο οποίο είναι εγκατεστημένος ο συμβαλλόμενος αρμόδιος οργανισμός.

(19) Με τη θέσπιση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 τα μέτρα ενημέρωσης και προώθησης για τα γεωργικά προϊόντα στην εσωτερική αγορά αποτέλεσαν το αντικείμενο εναρμόνισης και συγκεντρώθηκαν σε ένα μόνο κείμενο. Συνεπώς, είναι απαραίτητο να εναρμονιστούν και να απλοποιηθούν επίσης οι λεπτομερείς κανόνες εκτέλεσης σε σχέση με τους υφιστάμενους κανόνες που διέπουν τον τομέα. Θα πρέπει λοιπόν να καταργηθούν οι ισχύουσες διατάξεις και κανονισμοί εφαρμογής που διέπουν τον τομέα και αφορούν την προώθηση των γεωργικών προϊόντων.

(20) Τα μέτρα που προβλέπονται στον παρόντα κανονισμό είναι σύμφωνα με τη γνώμη της κοινής συνεδρίασης των επιτροπών διαχείρισης-προώθησης γεωργικών προϊόντων,

ΕΞΕΔΩΣΕ ΤΟΝ ΠΑΡΟΝΤΑ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟ:

*Άρθρο 1*

Σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 και το άρθρο 7 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2826/2000, ως «πρόγραμμα» νοείται ένα σύνολο συνεκτικών ενεργειών επαρκούς εμβέλειας για τη συμβολή στην αύξηση της ενημέρωσης όσον αφορά τα σχετικά προϊόντα καθώς και στη διάθεσή τους.

*Άρθρο 2*

1. Για να πληρούνται τα κριτήρια που αναφέρονται στο άρθρο 3 του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2826/2000, το μήνυμα προώθησης ή/και ενημέρωσης που διαβιβάζεται στους καταναλωτές και στους άλλους στόχους πρέπει να βασίζεται στις εγγενείς ιδιότητες του σχετικού προϊόντος ή/και στα χαρακτηριστικά του.

2. Οποιαδήποτε αναφορά στην καταγωγή των προϊόντων πρέπει να είναι επικουρική σε σχέση με το βασικό μήνυμα της εκστρατείας. Ωστόσο, η ένδειξη της καταγωγής ενός προϊόντος μπορεί να αναφέρεται στο πλαίσιο μιας ενέργειας, στην περίπτωση που πρόκειται για ονομασία που έχει δοθεί βάσει της κοινοτικής νομοθεσίας ή για στοιχείο που συνδέεται με τα πρότυπα προϊόντα που απαιτούνται για την ανάδειξη των ενεργειών προώθησης ή ενημέρωσης.

*Άρθρο 3*

Ο κατάλογος των θεμάτων και των προϊόντων που αναφέρονται στο άρθρο 4 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 καταρτίζεται κάθε δύο έτη το αργότερο έως τις 31 Μαρτίου. Ο πρώτος κατάλογος εμφαίνεται στο παράρτημα Ι του παρόντος κανονισμού.

Οι εθνικές αρχές που είναι αρμόδιες για την εφαρμογή του παρόντος κανονισμού απαριθμούνται στο παράρτημα ΙΙ.

*Άρθρο 4*

Τα προγράμματα που αναφέρονται στο άρθρο 1 υλοποιούνται κατά τη διάρκεια ελάχιστης περιόδου ενός έτους και μέγιστης τριών ετών που υπολογίζεται από την ημερομηνία έναρξης ισχύος της σχετικής σύμβασης.

▼B

*Άρθρο 5*

1. ►M4 Για την εκτέλεση των ενεργειών που αποτελούν μέρος των προγραμμάτων που αναφέρονται στο άρθρο 6, του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000, το ενδιαφερόμενο κράτος μέλος δέχεται, κατόπιν πρόσκλησης για την υποβολή προτάσεων, κάθε έτος, το αργότερο στις 31 Ιανουαρίου και στις 31 Ιουλίου, προγράμματα από επαγγελματικές ή διεπαγγελματικές οργανώσεις της Κοινότητας, αντιπροσωπευτικές του σχετικού τομέα ή των σχετικών τομέων. ◄ Τα προγράμματα αυτά είναι σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές που αναφέρονται στο άρθρο 5 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 και με τη συγγραφή υποχρεώσεων που περιλαμβάνει τα κριτήρια αποκλεισμού, επιλογής και ανάθεσης, η οποία έχει διανεμηθεί για το σκοπό αυτό από τα ενδιαφερόμενα κράτη μέλη.

Οι αρχικές κατευθυντήριες γραμμές παρατίθενται στο παράρτημα ΙΙΙ του παρόντος κανονισμού.

2. Για τις αγορές που τα αφορούν, τα κράτη μέλη λαμβάνουν τα απαιτούμενα μέτρα για την επιβολή της τήρησης των διατάξεων της οδηγίας 92/50/ΕΟΚ από τις αναθέτουσες αρχές.

3. Στην περίπτωση που προβλέπεται πρόγραμμα προώθησης το οποίο ενδιαφέρει περισσότερα του ενός κράτη μέλη, τα εν λόγω κράτη μέλη συνεννοούνται μεταξύ τους για την από κοινού κατάρτιση συγγραφών υποχρεώσεων και προκηρύξεων για την υποβολή προτάσεων, συμβατών μεταξύ τους.

4. Ως συνέχεια των προσκλήσεων υποβολής προτάσεων, οι οργανισμοί που προβλέπονται στην παράγραφο 1 καταρτίζουν, σε συνεργασία με τον ή τους οργανισμούς εκτέλεσης που έχουν επιλέξει βάσει ενδεδειγμένων και ελεγμένων από το κράτος μέλος μέσων, προγράμματα προώθησης και ενημέρωσης.

5. Στην περίπτωση προγραμμάτων που ενδιαφέρουν περισσότερα του ενός κράτη μέλη, τα κράτη μέλη αυτά συνεννοούνται μεταξύ τους για την επιλογή των προγραμμάτων και αναλαμβάνουν τη δέσμευση να συμμετάσχουν στη χρηματοδότησή τους σύμφωνα με το άρθρο 9 παράγραφος 2.

*Άρθρο 6*

Στην περίπτωση που δεν εφαρμόζεται το άρθρο 9 παράγραφος 3 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 λόγω μη συμμετοχής κράτους μέλους στη συγχρηματοδότηση, η επαγγελματική ή διεπαγγελματική οργάνωση που προέρχεται από το εν λόγω κράτος μέλος αποκλείεται από το πρόγραμμα.

*Άρθρο 7*

1. ►M4 Κάθε έτος, το αργότερο στις 31 Μαρτίου και στις 30 Σεπτεμβρίου, τα κράτη μέλη διαβιβάζουν στην Επιτροπή τον κατάλογο των προγραμμάτων και των οργανισμών εκτέλεσης που έχουν επιλεγεί καθώς και αντίγραφο των εν λόγω προγραμμάτων. ◄ Στην περίπτωση που τα προγράμματα ενδιαφέρουν περισσότερα του ενός κράτη μέλη, η ανακοίνωση αυτή πραγματοποιείται με κοινή συμφωνία των συγκεκριμένων κρατών μελών.

2. Στην περίπτωση που η Επιτροπή διαπιστώσει ότι κάποιο πρόγραμμα δεν είναι σύμφωνο με την κοινοτική νομοθεσία ή τις κατευθυντήριες γραμμές που αναφέρονται στο παράρτημα ΙΙΙ, ενημερώνει εντός 60 εργάσιμων ημερών από την παραλαβή του προσωρινού καταλόγου, το ή τα συγκεκριμένα κράτη μέλη για τη μη επιλεξιμότητα ολοκλήρου του εν λόγω προγράμματος ή τμήματός του.

▼M3

3. ►M4 Μετά την εξέταση των προγραμμάτων που εμφαίνονται στον οριστικό κατάλογο που αναφέρεται στο άρθρο 6 παράγραφος 3 τρίτο εδάφιο του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/

▼M3

2000, η Επιτροπή, το αργότερο στις 31 Μαΐου και στις 15 Δεκεμβρίου, αποφασίζει για τα προγράμματα που δύναται να συγχρηματοδοτήσει στο πλαίσιο των ενδεικτικών προϋπολογισμών που εμφαίνονται στο παράρτημα III του παρόντος κανονισμού. ◄

Η Επιτροπή ενημερώνει τις κοινές επιτροπές διαχείρισης που προβλέπονται στο άρθρο 13 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 σχετικά με την απόφαση αυτή.

▼B

4. Υπεύθυνοι για την ορθή εκτέλεση του επιλεγέντος προγράμματος είναι η προτείνουσα επαγγελματική ή διεπαγγελματική οργάνωση.

*Άρθρο 8*

Σε περίπτωση εφαρμογής του άρθρου 7 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 ο προσωρινός κατάλογος των προγραμμάτων αυτών διαβιβάζεται στην Επιτροπή το αργότερο στις 30 Σεπτεμβρίου για την πρώτη φορά στις 15 Ιουνίου.

▼M3

Η Επιτροπή, το αργότερο στις 15 Δεκεμβρίου και για την πρώτη φορά στις 30 Σεπτεμβρίου 2002, αποφασίζει για τα προγράμματα που μπορεί να συγχρηματοδοτήσει στο πλαίσιο των ενδεικτικών προϋπολογισμών που αναφέρονται στο παράρτημα III του παρόντος κανονισμού.

Η Επιτροπή ενημερώνει τις κοινές επιτροπές διαχείρισης σχετικά με την απόφαση αυτή.

▼B

*Άρθρο 9*

1. Η χρηματοδοτική συμμετοχή της Κοινότητας στις ενέργειες που προβλέπονται στο άρθρο 9 παράγραφος 1 στοιχείο β) του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 καθορίζεται ως εξής:

α) 50 % των πραγματικών δαπανών εκτέλεσης των ενεργειών, για τα προγράμματα διάρκειας ενός έτους·

β) 60 % των πραγματικών δαπανών εκτέλεσης των ενεργειών για το πρώτο έτος και 40 % για το δεύτερο έτος, για τα προγράμματα διάρκειας δύο ετών, χωρίς η συνολική χρηματοδοτική συμμετοχή της Κοινότητας να υπερβαίνει το 50 % του συνόλου των δαπανών·

γ) 60 % των πραγματικών δαπανών εκτέλεσης των ενεργειών του πρώτου έτους, 50 % του δεύτερου έτους και 40 % του τρίτου έτους, για τα προγράμματα διάρκειας τριών ετών, χωρίς ωστόσο να υπερβαίνει η συνολική χρηματοδοτική συμμετοχή της Κοινότητας το 50 % του συνόλου των δαπανών.

Η εν λόγω χρηματοδοτική συμμετοχή καταβάλλεται στα κράτη μέλη που προβλέπονται στο άρθρο 10 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000.

2. Η χρηματοδοτική συμμετοχή των κρατών μελών στις ενέργειες που προβλέπονται στο άρθρο 9 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 είναι ίση με το 20 % της πραγματικής τους δαπάνης. Στην περίπτωση κατά την οποία στη χρηματοδότηση συμμετέχουν περισσότερα του ενός κράτη μέλη, το μερίδιό τους καθορίζεται ανάλογα με τη χρηματοδοτική συμμετοχή της προτείνουσας οργάνωσης που βρίσκεται στο έδαφός τους.

*Άρθρο 10*

1. Αμέσως μετά την κατάρτιση του οριστικού καταλόγου των προγραμμάτων που έχουν επιλεγεί από τα κράτη μέλη, ο οποίος αναφέρεται στο άρθρο 6 παράγραφος 3 τρίτο εδάφιο του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000, κάθε ενδιαφερόμενη οργάνωση

▼B

ενημερώνεται από το κράτος μέλος για τη συνέχεια που έχει δοθεί στην αίτησή της. Τα κράτη μέλη συνάπτουν συμβάσεις με τις οργανώσεις που έχουν επιλεγεί εντός των 30 ημερολογιακών ημερών που ακολουθούν την κοινοποίηση της απόφασης της Επιτροπής. Μετά τη λήξη της προθεσμίας αυτής δεν μπορεί να συναφθεί καμία σύμβαση χωρίς προηγούμενη έγκριση της Επιτροπής.

2. Τα κράτη μέλη χρησιμοποιούν υποδείγματα συμβάσεων τα οποία θέτει στη διάθεσή τους η Επιτροπή.

3. Η σύμβαση δύναται να συναφθεί από τα δύο μέρη μόνο μετά τη σύσταση εγγύησης ίσης με το 15 % του ετήσιου ανώτατου ποσού της χρηματοδότησης της Κοινότητας και από το ή τα οικεία κράτη μέλη ώστε να διασφαλίζεται η ορθή εκτέλεση της σύμβασης. Η εν λόγω εγγύηση συνιστάται κατά τους όρους του τίτλου III του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2220/85.

Ωστόσο, εάν το συμβαλλόμενο μέρος είναι οργανισμός δημοσίου δικαίου ή εάν ενεργεί υπό την εποπτεία αυτού, δύναται να γίνει δεκτή από τον αρμόδιο οργανισμό γραπτή εγγύηση της εποπτεύουσας αρχής ίση με το ποσοστό που προβλέπεται στο πρώτο εδάφιο, εφόσον η εν λόγω αρχή αναλαμβάνει:

— την υποχρέωση να μεριμνά για την ορθή εκτέλεση των ανειλημμένων υποχρεώσεων,

— και τον έλεγχο της ορθής χρησιμοποίησης των ποσών που λαμβάνονται για την εκτέλεση των ανειλημμένων υποχρεώσεων.

Η απόδειξη όσον αφορά τη σύσταση της εν λόγω εγγύησης πρέπει να περιέλθει στο κράτος μέλος πριν από τη λήξη της προθεσμίας που προβλέπεται στην παράγραφο 1.

Η αποδέσμευση της εν λόγω εγγύησης πραγματοποιείται εντός των προθεσμιών και με τους όρους που προβλέπονται στο άρθρο 12 του παρόντος κανονισμού για την πληρωμή του υπολοίπου.

4. Βασική απαίτηση κατά την έννοια του άρθρου 20 του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2220/85 αποτελεί η εκτέλεση των μέτρων που έχουν περιληφθεί στη σύμβαση.

5. Το κράτος μέλος διαβιβάζει αμέσως στην Επιτροπή αντίγραφο της σύμβασης και την απόδειξη για τη σύσταση της εγγύησης. Επίσης, της κοινοποιεί αντίγραφο της σύμβασης που συνάπτει η επιλεγείσα οργάνωση με τον οργανισμό εκτέλεσης.

Η σύμβαση αυτή προβλέπει την υποχρέωση του οργανισμού εκτέλεσης των ενεργειών να υπόκειται στους ελέγχους που προβλέπονται στο άρθρο 14.

*Άρθρο 11*

1. Εντός τριάντα ημερολογιακών ημερών από την ημερομηνία υπογραφής της σύμβασης, το συμβαλλόμενο μέρος δύναται να υποβάλει στο κράτος μέλος αίτηση για προκαταβολή, συνοδευόμενη από την εγγύηση που προβλέπεται στην παράγραφο 3. Μετά τη λήξη της προθεσμίας αυτής, δεν είναι πλέον δυνατόν να ζητηθεί προκαταβολή.

Η προκαταβολή δύναται να καλύπτει 30 %, κατ' ανώτατο όριο, του ποσού της ετήσιας κοινοτικής συμμετοχής καθώς και εκείνης του ή των οικείων κρατών μελών.

2. Η πληρωμή της προκαταβολής από το κράτος μέλος πρέπει να λάβει χώρα εντός τριάντα ημερολογιακών ημερών από την υποβολή της αίτησης για προκαταβολή. Σε περίπτωση καθυστέρησης, εφαρμόζονται οι κανόνες που προβλέπονται στο άρθρο 4 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 296/96 της Επιτροπής [1].

[1] ΕΕ L 39 της 17.2.1996, σ. 5.

▼B

3. Η πληρωμή της προκαταβολής υπόκειται στη σύσταση εγγύησης, από το συμβαλλόμενο μέρος υπέρ του κράτους μέλους, ποσού ίσου με το 110 % της εν λόγω προκαταβολής, η οποία συνιστάται σύμφωνα με τους όρους του τίτλου III του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2220/85.

Ωστόσο, εάν το συμβαλλόμενο μέρος είναι οργανισμός δημοσίου δικαίου ή ενεργεί υπό την εποπτεία του εν λόγω οργανισμού, δύναται να γίνει δεκτή από τον αρμόδιο οργανισμό γραπτή εγγύηση από την εποπτεύουσα αρχή ίση με το ποσοστό που προβλέπεται στο προηγούμενο εδάφιο, εφόσον η αρχή αυτή αναλαμβάνει να καταβάλει το ποσό που καλύπτει η εγγύηση σε περίπτωση που δεν θεμελιώνεται το δικαίωμα για το προκαταβληθέν ποσό.

*Άρθρο 12*

1. Οι αιτήσεις για τις ενδιάμεσες πληρωμές της κοινοτικής συνδρομής και εκείνης των κρατών μελών υποβάλλονται πριν από το τέλος του ημερολογιακού μήνα που ακολουθεί εκείνον της λήξης κάθε τρίμηνης περιόδου, υπολογιζόμενης από την ημερομηνία υπογραφής της σύμβασης. Οι αιτήσεις αυτές αφορούν τις δαπάνες που έχουν πραγματοποιηθεί κατά τη διάρκεια της εν λόγω τρίμηνης περιόδου και συνοδεύονται από συνοπτική δημοσιονομική έκθεση, τα σχετικά δικαιολογητικά έγγραφα και ενδιάμεση έκθεση εκτέλεσης της σύμβασης. Στην περίπτωση που δεν έχει πραγματοποιηθεί καμία δαπάνη κατά τη διάρκεια της εν λόγω τρίμηνης περιόδου, η πληροφορία αυτή διαβιβάζεται εντός των ιδίων προθεσμιών με εκείνες για τις αιτήσεις ενδιάμεσης πληρωμής.

Εκτός από περιπτώσεις ανωτέρας βίας, η καθυστερημένη υποβολή κάθε αίτησης ενδιάμεσης πληρωμής συνοδευόμενη από τα σχετικά έγγραφα συνεπάγεται μείωση της πληρωμής κατά 3 % ανά ολόκληρο μήνα καθυστέρησης.

Οι πληρωμές αυτές και η πληρωμή της προκαταβολής που προβλέπεται στο άρθρο 11 παράγραφος 1 δεν δύνανται να υπερβούν συνολικά το 80 % του συνόλου της ετήσιας χρηματοδοτικής συνδρομής της Κοινότητας και των σχετικών κρατών μελών. Εφόσον το επίπεδο αυτό καλυφθεί, δεν υποβάλλεται καμία άλλη αίτηση για ενδιάμεση πληρωμή.

2. Η αίτηση για την πληρωμή του υπολοίπου υποβάλλεται εντός προθεσμίας τεσσάρων μηνών από την ημερομηνία ολοκλήρωσης της εκτέλεσης των ενεργειών που προβλέπονται στη σύμβαση για το έτος.

Για να μπορεί να υποβληθεί, η αίτηση πρέπει να συνοδεύεται από:

α) ανακεφαλαιωτική οικονομική κατάσταση στην οποία εμφαίνονται οι προβλεπόμενες και πραγματοποιηθείσες δαπάνες καθώς και όλα τα δικαιολογητικά έγγραφα για τις δαπάνες·

β) ανακεφαλαιωτική κατάσταση των πραγματοποιηθεισών ενεργειών (έκθεση δραστηριοτήτων)·

γ) έκθεση εσωτερικής αξιολόγησης, η οποία καταρτίζεται από τον συμβαλλόμενο, για τα διαπιστωθέντα αποτελέσματα κατά την ημερομηνία της υποβολής έκθεσης, καθώς και για τις δυνατότητες αξιοποίησής τους.

Εκτός από περιπτώσεις ανωτέρας βίας, η καθυστερημένη υποβολή της αίτησης για το υπόλοιπο συνεπάγεται μείωση του υπολοίπου κατά 3 % ανά μήνα καθυστέρησης.

3. Η καταβολή του υπολοίπου προϋποθέτει τον έλεγχο των εγγράφων που προβλέπονται στην παράγραφο 2.

Σε περίπτωση μη τήρησης της βασικής απαίτησης του άρθρου 10 παράγραφος 4, το υπόλοιπο μειώνεται ανάλογα με τη βαρύτητα των αθετηθέντων.

▼B

4. Η εγγύηση που προβλέπεται στο άρθρο 11 παράγραφος 3 αποδεσμεύεται στο βαθμό που θεμελιώνεται το οριστικό δικαίωμα για το προκαταβληθέν ποσό.

5. Το κράτος μέλος διενεργεί τις πληρωμές που προβλέπονται στις προηγούμενες παραγράφους εντός προθεσμίας 60 ημερολογιακών ημερών που υπολογίζονται από την παραλαβή της αίτησης. Ωστόσο, η εν λόγω προθεσμία δύναται να ανασταλεί, οποιαδήποτε στιγμή της περιόδου των εξήντα ημερών μετά την αρχική πρωτοκόλληση της αίτησης πληρωμής, με κοινοποίηση στον αντισυμβαλλόμενο πιστωτή ότι η αίτησή του δεν γίνεται δεκτή είτε διότι η οφειλή δεν έχει καταστεί απαιτητή είτε διότι δεν συνοδεύεται από τα δικαιολογητικά που απαιτούνται για όλες τις συμπληρωματικές αιτήσεις ή διότι το κράτος μέλος θεωρεί ότι είναι απαραίτητο να λάβει συμπληρωματικές πληροφορίες ή να προβεί σε ελέγχους. Η προθεσμία αρχίζει και πάλι να ισχύει από την ημερομηνία λήψης των ζητούμενων πληροφοριών, οι οποίες πρέπει να διαβιβάζονται εντός προθεσμίας τριάντα ημερολογιακών ημερών. Εκτός από περιπτώσεις ανωτέρας βίας, η καθυστέρηση των ανωτέρω πληρωμών συνεπάγεται μείωση του ποσού της επιστροφής στο κράτος μέλος, σύμφωνα με τους κανόνες που προβλέπονται στο άρθρο 4 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 296/96.

6. Η εγγύηση που προβλέπεται στο άρθρο 10 παράγραφος 3 πρέπει να ισχύει έως την καταβολή του υπολοίπου και να αποδεσμεύεται με επιστολή απαλλαγής του αρμοδίου οργανισμού.

7. Το κράτος μέλος διαβιβάζει στην Επιτροπή εντός τριάντα ημερολογιακών ημερών μετά την παραλαβή τους:

— τις τριμηνιαίες εκθέσεις εκτέλεσης της σύμβασης·

— τις ανακεφαλαιωτικές καταστάσεις που προβλέπονται στο άρθρο 12 παράγραφος 2 στοιχεία α) και β)·

— την έκθεση εσωτερικής αξιολόγησης.

8. Μετά την καταβολή του υπολοίπου, το κράτος μέλος αποστέλλει στην Επιτροπή οικονομική κατάσταση των δαπανών που πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο της σύμβασης.

Επίσης επιβεβαιώνει ότι, μετά τους πραγματοποιηθέντες ελέγχους, όλες οι δαπάνες πρέπει να θεωρηθούν επιλέξιμες σύμφωνα με τους όρους της σύμβασης.

9. Οι εγγυήσεις που έχουν καταπέσει καθώς και τα επιβληθέντα πρόστιμα αφαιρούνται από τις δαπάνες που έχουν δηλωθεί στο πλαίσιο του ΕΓΤΠΕ-τμήμα Εγγυήσεων, για το μέρος που αντιστοιχεί στην κοινοτική συγχρηματοδότηση.

*Άρθρο 13*

1. Το κράτος μέλος λαμβάνει τα αναγκαία μέτρα προκειμένου να εξακριβώσει, ιδίως με τεχνικούς, διοικητικούς και λογιστικούς ελέγχους στον αντισυμβαλλόμενο και στον οργανισμό εκτέλεσης:

α) την ακρίβεια των πληροφοριών και των δικαιολογητικών εγγράφων, και

β) την εκπλήρωση όλων των υποχρεώσεων που απορρέουν από τη σύμβαση.

Με την επιφύλαξη των διατάξεων του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 595/91 του Συμβουλίου [1], το κράτος μέλος ενημερώνει το συντομότερο δυνατό την Επιτροπή για κάθε παρατυπία που διαπιστώνεται κατά τους διενεργηθέντες ελέγχους.

2. Για τον έλεγχο των ενεργειών που προβλέπονται στον παρόντα κανονισμό, το αρμόδιο κράτος μέλος καθορίζει τα

[1] ΕΕ L 67 της 14.3.1991, σ. 11.

▼B

καταλληλότερα μέσα για την εξασφάλιση του ελέγχου αυτού και ενημερώνει σχετικά την Επιτροπή.

3. Στην περίπτωση προγραμμάτων που καλύπτουν περισσότερα του ενός κράτη μέλη, τα κράτη μέλη αυτά λαμβάνουν τα απαραίτητα μέτρα για τον συντονισμό των δραστηριοτήτων τους όσον αφορά τον έλεγχο και ενημερώνουν σχετικά την Επιτροπή.

4. Η Επιτροπή δύναται, οποιαδήποτε στιγμή, να συμμετέχει στις εξακριβώσεις και τους ελέγχους που προβλέπονται στις παραγράφους 2 και 3. Προς το σκοπό αυτό, οι αρμόδιοι οργανισμοί των κρατών μελών ενημερώνουν εγκαίρως την Επιτροπή για τις εξακριβώσεις και τους ελέγχους που προβλέπονται.

Η Επιτροπή μπορεί επίσης να προβαίνει σε συμπληρωματικούς ελέγχους τους οποίους θεωρεί απαραίτητους.

*Άρθρο 14*

1. Σε περίπτωση αχρεωστήτως καταβληθέντος ποσού, ο δικαιούχος είναι υποχρεωμένος να επιστρέψει το εν λόγω ποσό προσαυξημένο με τον τόκο που υπολογίζεται σε συνάρτηση του χρονικού διαστήματος που μεσολάβησε μεταξύ της πληρωμής και της επιστροφής από τον δικαιούχο.

Το επιτόκιο είναι εκείνο που εφαρμόζεται από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα για τις εργασίες του σε ευρώ, όπως δημοσιεύεται στην *Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων*, σειρά C, και ισχύει την ημερομηνία του αχρεωστήτως καταβληθέντος ποσού, προσαυξημένο κατά τρεις ποσοστιαίες μονάδες.

2. Τα ανακτηθέντα ποσά καθώς και οι τόκοι καταβάλλονται στους οργανισμούς ή τις υπηρεσίες πληρωμής για να αφαιρεθούν στη συνέχεια από τις δαπάνες που χρηματοδοτούνται από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Προσανατολισμού και Εγγυήσεων, κατ' αναλογία της κοινοτικής χρηματοδοτικής συμμετοχής.

*Άρθρο 15*

Οι διατάξεις των άρθρων 10 έως 14 εφαρμόζονται επίσης στα προγράμματα που υποβάλλονται σύμφωνα με το άρθρο 7 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000.

Για τα προγράμματα αυτά, οι συμβάσεις συνάπτονται μεταξύ των σχετικών κρατών μελών και των οργανισμών εκτέλεσης που έχουν επιλεγεί.

*Άρθρο 16*

1. Οι ακόλουθες διατάξεις καταργούνται:

α) τα άρθρα 13 έως 17 του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2159/89 της Επιτροπής, της 18ης Ιουλίου 1989, περί καθορισμού των λεπτομερειών εφαρμογής των ειδικών μέτρων για τους καρπούς με κέλυφος και τα χαρούπια που προβλέπονται στον τίτλο IIα του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 1035/72 του Συμβουλίου [1]·

β) το άρθρο 6 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1905/94 της Επιτροπής, της 27ης Ιουλίου 1994, για τις λεπτομέρειες εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 399/94 του Συμβουλίου σχετικά με ειδικές ενέργειες υπέρ της σταφίδας [2].

2. Οι ακόλουθοι κανονισμοί καταργούνται:

α) κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 1348/81 της Επιτροπής, της 20ής Μαΐου 1981, περί των λεπτομερειών εφαρμογής του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 1970/80 του Συμβουλίου, για τη θέσπιση

[1] ΕΕ L 207 της 19.7.1989, σ. 19.
[2] ΕΕ L 194 της 29.7.1994, σ. 21.

▼B

γενικών μέτρων εφαρμογής για την προώθηση της κατανάλωσης ελαιολάδου στην Κοινότητα [1]·

β) κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 1164/89 της Επιτροπής, της 28ης Απριλίου 1989, για τις λεπτομέρειες εφαρμογής σχετικά με την ενίσχυση για το κλωστικό λινάρι και την κάνναβη [2]·

γ) κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 2282/90 της Επιτροπής, της 31ης Ιουλίου 1990, για τις λεπτομέρειες εφαρμογής των μέτρων που αποσκοπούν στην αύξηση της κατανάλωσης και της χρησιμοποίησης μήλων, καθώς και της κατανάλωσης εσπεριδοειδών [3]·

δ) κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 3601/92 της Επιτροπής, της 14ης Δεκεμβρίου 1992, για τις λεπτομέρειες εφαρμογής των ειδικών μέτρων στον τομέα της επιτραπέζιας ελιάς [4]·

ε) κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 1318/93 της Επιτροπής, της 28ης Μαΐου 1993, περί λεπτομερειών εφαρμογής του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2067/92 του Συμβουλίου, σχετικά με τις ενέργειες προώθησης και εμπορίας όσον αφορά το βόειο κρέας ποιότητας [5]·

στ) κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 890/1999 της Επιτροπής, της 29ης Απριλίου 1999, σχετικά με την οργάνωση των ενεργειών πληροφόρησης για το κοινοτικό καθεστώς επισήμανσης του βοείου κρέατος [6]·

ζ) κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 3582/93 της Επιτροπής, της 21ης Δεκεμβρίου 1993, περί λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2073/92 του Συμβουλίου, για την προώθηση στην Κοινότητα και τη διεύρυνση των αγορών του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων [7]·

η) κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 803/98 της Επιτροπής, της 16ης Απριλίου 1998, για τη θέσπιση των λεπτομερειών εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2275/96 του Συμβουλίου, για τη θέσπιση ειδικών μέτρων στους τομείς των ζώντων φυτών και των προϊόντων ανθοκομίας για το 1998 [8].

3. Οι διατάξεις των κανονισμών που αναφέρονται στην προηγούμενη παράγραφο εξακολουθούν να εφαρμόζονται στα προγράμματα προώθησης και ενημέρωσης για τα οποία η απόφαση έχει ληφθεί πριν τη θέση σε ισχύ του παρόντος κανονισμού.

*Άρθρο 17*

Ο παρών κανονισμός αρχίζει να ισχύει την έβδομη ημέρα από τη δημοσίευσή του στην *Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων*.

Ο παρών κανονισμός είναι δεσμευτικός ως προς όλα τα μέρη του και ισχύει άμεσα σε κάθε κράτος μέλος.

[1] ΕΕ L 134 της 21.5.1981, σ. 17.
[2] ΕΕ L 121 της 29.4.1989, σ. 4.
[3] ΕΕ L 205 της 3.8.1990, σ. 8.
[4] ΕΕ L 366 της 15.12.1992, σ. 17.
[5] ΕΕ L 132 της 29.5.1993, σ. 83.
[6] ΕΕ L 113 της 30.4.1999, σ. 5.
[7] ΕΕ L 326 της 28.12.1993, σ. 23.
[8] ΕΕ L 115 της 17.4.1998, σ. 5.

▼B

*ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι*

α) **Κατάλογος των θεμάτων για τα οποία δύναται να πραγματοποιηθούν ενέργειες ενημέρωσης ή/και προώθησης**

— Ενημέρωση όσον αφορά τις προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης (ΠΟΠ), τις προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις (ΠΓΕ), τα εγγυημένα παραδοσιακά προϊόντα (ΕΠΠ) και τα γραφικά σύμβολα που προβλέπονται στη γεωργική νομοθεσία.

— Ενημέρωση όσον αφορά τις βιολογικές μεθόδους παραγωγής.

— Ενημέρωση όσον αφορά τα συστήματα γεωργικής παραγωγής που διασφαλίζουν τη δυνατότητα προσδιορισμού της προέλευσης των προϊόντων και την επισήμανσή τους.

— Ενημέρωση όσον αφορά την ποιότητα και την ασφάλεια των τροφίμων όσον αφορά θέματα που συνδέονται με τη θρεπτική αξία των τροφίμων καθώς και υγειονομικά θέματα.

β) **Κατάλογος των προϊόντων που μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο των ενεργειών**

— Γαλακτοκομικά προϊόντα.

— VQPRD, επιτραπέζιοι οίνοι με γεωγραφική ένδειξη.

— Νωπά οπωροκηπευτικά.

— Μεταποιημένα οπωροκηπευτικά.

— Ζώντα φυτά και ανθοκομικά προϊόντα.

▼M1

*ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II*

**ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΤΩΝ ΑΡΜΟΔΙΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΤΩΝ ΚΡΑΤΩΝ ΜΕΛΩΝ**

**(Για την διαχείριση των κανονισμών (ΕΚ) αριθ. 2702/1999 και (ΕΚ) αριθ. 2826/2000)**

| Κράτη μέλη | Όνομα και διεύθυνση | |
|---|---|---|
| Γερμανία | Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)<br>Referat 411<br>D-60631 Frankfurt/Main | Τηλ. (49-69) 15 64-756/757/862<br>Φαξ (49-69) 15 64-791<br>e-mail poststelle@ble.de<br>Internet www.ble.de |
| Αυστρία | Agrarmarkt Austria<br>GB II/Abt. 4/Ref. 1<br>Dresdner Straße 70<br>A-1201 Wien | Τηλ. 43.1-33151-241<br>Φαξ 43.1.33151-299<br>e-mail Eva.Leutner@ama.bmlf.gv.at |
| | Wein: Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft<br>Stubering 12<br>A-1010 Wien | Τηλ. 43.1-71100-0<br>Φαξ 43.1-71100-2901<br>e-mail |
| Βέλγιο | Vlaamse Gemeenschap:<br>Administratie Land- en Tuinbouw (ALT) (de heer J. Van Liefferinge)<br>Directeur-generaal<br>Leuvenseplein 4<br>B-1000 Brussel | Tel. (32-2) 553 63 40<br>Fax (32-2) 553 63 50<br>e-mail jules.vanliefferinge@ewbl.vlaanderen.be |
| | Région wallonne:<br>Agence Wallonne à l'Exportation (AWEX) (M. Ph. Suinen)<br>Directeur général<br>Place Sainctelette 2<br>B-1080 Bruxelles | Τηλ. (32-2) 421 82 11<br>Φαξ (32-2) 421 87 87<br>e-mail mail@awex.wallonie.be |
| Δανία | Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri<br>Direktoratet for FødevareErhverv,<br>Kampmannsgade 3<br>DK-1780 København V | Τηλ. 45 33 95 80 00<br>Φαξ 45 33 95 80 80<br>e-mail dffe@dffe.dk |
| | Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri<br>Direktoratet for FødevareErhverv,<br>Interventionskontoret (Carsten Andersen)<br>Kampmannsgade 3<br>DK-1780 København V | Τηλ. 45 33 95 80 02<br>Φαξ 45 33 95 80 34<br>e-mail caea@dffe.dk |

| Κράτη μέλη | Όνομα και διεύθυνση | |
|---|---|---|
| Ισπανία | Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA)<br>Subsecretaría — Dirección General de Alimentación<br>(S.G. Promoción Agroalimentaria)<br>Paseo Infanta Isabel 1<br>E-28014 Madrid | Τηλ. (34) 913 47 53 91<br>Φαξ (34) 913 47 51 68<br>e-mail ssgpromo@mapya.es |
| Φινλανδία | Maa- ja metsätalousministeriö<br>Interventioyksikkö<br>PL 30<br>FIN-00023 Valtioneuvosto | Τηλ. 35 89 160 97 53<br>Φαξ 35 89 160 97 90<br>e-mail intervention.unit@mmm.fi |
| Γαλλία | Office national interprofessionnel des viandes de l'élevage et de l'aviculture (OFIVAL) (M. Gueudar Delahaye)<br>80, avenue des terroirs de France,<br>F-75607 Paris Cedex 12 | Τηλ. 33 1 44 68 50 00<br>Φαξ 33 1 44 68 50 06<br>e-mail |
| | Office national interprofessionnel du lait et des produits laitiers (ONILAIT) (M$^{me}$ Boulengier)<br>2, rue Saint-Charles<br>F-75740 Paris Cedex 15 | Τηλ. 33 1 73 00 50 00<br>Φαξ 33 1 73 00 50 50<br>e-mail |
| | Office national interprofessionnel des fruits, des légumes et de l'horticulture (ONIFLHOR) (M. Laneret)<br>164, rue de Javel<br>F-75739 Paris Cedex 15 | Τηλ. 33 1 44 25 36 36<br>Φαξ 33 1 44 25 31 69<br>e-mail |
| | Office national interprofessionnel des vins (ONIVINS) (M. Dairien)<br>232, rue de Rivoli<br>F-75001 Paris | Τηλ. 33 1 42 86 32 00<br>Φαξ 33 1 40 15 06 96<br>e-mail |
| | Office national interprofessionnel des produits de la mer et de l'aquaculture (OFIMER) (M. Merckelbagh)<br>11, rue de Sébastopol<br>F-75001 Paris | Τηλ. 33 1 53 00 96 96<br>Φαξ 33 1 53 00 96 99<br>e-mail ofimer@ofimer.fr |
| | Office national interprofessionnel des céréales (ONIC)<br>Office national interprofessionnel des oléagineux, protéagineux et cultures textiles (ONIOL) (M. Drege)<br>21, avenue Bosquet<br>F-75015 Paris | Τηλ. 33 1 44 18 20 00<br>Φαξ 33 1 45 51 90 99<br>e-mail |
| | Institut national des appellations d'origines (INAO) (M. Benard)<br>138, Champs-Élysées<br>F-75008 Paris | Τηλ. 33 1 53 89 80 00<br>Φαξ 33 1 42 25 57 97<br>e-mail jd.benard@inao.gouv.fr |

▼M1

| Κράτη μέλη | Όνομα και διεύθυνση | |
|---|---|---|
| | Fonds d'intervention et de régulation du marché du sucre (FIRS) (Mme Ulmann)<br>120, bd de Courcelles<br>F-75017 Paris | Τηλ. 33 1 56 79 46 00<br>Φαξ 33 1 56 79 46 50<br>e-mail |
| | Office de développement de l'économie agricole des départements d'outre-mer (ODEADOM) (M. Danel)<br>31, quai de Grenelle, Tour Mercure 1<br>F-75738 Paris Cedex 15 | Τηλ. 33 1 53 95 41 70<br>Φαξ 33 1 53 95 41 95<br>e-mail |
| | Office national interprofessionnel des plantes à parfum, aromatiques et médicinales (ONIPPAM) (M. De Laurens)<br>25, rue du Maréchal Foch<br>F-04130 Voix | Τηλ. 33 4 92 79 34 46<br>Φαξ 33 4 92 79 33 22<br>e-mail |
| Ελλάς | Υπουργείο Γεωργίας<br>Διεύθυνση Γεωργικών Εφαρμογών<br>Οδός Πατησίων 207 και Σκαλιστήρη 19<br>GR-11253 Αθήνα | Τηλ. 30 10 867 53 59<br>Φαξ 30 10 867 84 51<br>e-mail |
| Ιρλανδία | Department of Agriculture, Food and Rural Development<br>Food division<br>Kildare Street<br>Dublin 2 | Τηλ. (353-1) 607 20 00/607 23 90<br>Φαξ (353-1) 607 20 38<br>e-mail maura.nolan@agriculture.gov.ie<br>mel.mcdonagh@agriculture.gov.ie |
| Ιταλία | AGEA<br>Dr. Alberto Migliorini<br>Organismo Pagatore<br>Via Palestro, 81<br>I-00185 Roma | Τηλ. (39-06) 49 49 92 86<br>Φαξ (39-06) 4 46 34 09<br>e-mail aimauo01@tin.it |
| Λουξεμβούργο | Administration des services techniques de l'Agriculture<br>16, route d'Esch,<br>boîte postale 1904<br>L-1019 Luxembourg | Τηλ. 45 71 72 215<br>Φαξ 45 71 72 341<br>e-mail www.asta.etat.lu<br>asta.asta@asta.etat.lu |
| Κάτω Χώρες | Ministerie van LNV<br>Directie I.Z.; desk PDA<br>Postbus 20401<br>2500 EK Den Haag<br>Nederland | Τηλ. (31-70) 378 68 68<br>Φαξ (31-70) 378 61 05<br>e-mail infotiek@dv.agro.nl |

▼M1

| Κράτη μέλη | Όνομα και διεύθυνση | |
|---|---|---|
| | Ministerie van LNV<br>Agentschap LASER<br>Regio Zuid-West —<br>Postbus 1191<br>3300 BD Dordrecht<br>Nederland | Τηλ. (31-78) 639 53 95<br>Φαξ (31-78) 639 53 94<br>e-mail |
| Πορτογαλία | INGA<br>Rua Fernando Curado Ribeiro, n.º 4 G<br>1649-034 Lisboa | Τηλ. 351.21.751 86 81<br>Φαξ 351.21.751 88 13<br>e-mail fmandr@inga.min-agricultura.pt |
| Ηνωμένο Βασίλειο | Department of Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA)<br>International Relations and Export Promotion Division (Jill Russell)<br>Room 324, Whitehall Place East block<br>London SW1A 2HH | Τηλ. (44-207) 270 19 04<br>Φαξ (44-207) 270 84 94<br>e-mail jill.russell@defra.gsi.gov.uk |
| | Rural Payment Agency (RPA) (Rosemary Welch)<br>PO box 69<br>Reading RG1 3YD | Τηλ. (44-1189) 68 76 62<br>Φαξ (44-1189) 68 77 34<br>e-mail rosemary.welch@rpa.gsi.gov.uk |
| Σουηδία | Jordbruksverket<br>S-55182 Jönköping | Τηλ. (46-36) 15 50 00<br>Φαξ (46-36) 71 95 11<br>e-mail jordbruksverket@sjv.se |

▼B

*ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ III*

**ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΓΟΡΑ**

**η πληροφόρηση σχετικά με το κοινοτικό σύστημα προστατευόμενων ονομασιών προέλευσης (ΠΟΠ), προστατευόμενων γεωγραφικών ενδείξεων (ΠΓΕ) και εγγυημένων παραδοσιακών προϊόντων (ΕΠΠ) καθώς και τους αντίστοιχους λογότυπους**

▼M4

1. ΣΦΑΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Η ενημερωτική εκστρατεία που διεξήγαγε η Κοινότητα κατά το 1996-1998 αποτέλεσε μια πρώτη προσπάθεια να γίνει γνωστή η ύπαρξη, η σημασία και τα πλεονεκτήματα των δύο ευρωπαϊκών συστημάτων για την αξιοποίηση και προστασία των γεωργικών ειδών διατροφής που παρουσιάζουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά.

Λαμβανομένης υπόψη της περιορισμένης διάρκειας της εκστρατείας αυτής, κρίνεται σκόπιμο να ενισχυθεί η φήμη των ονομασιών αυτών, οι οποίες αφορούν επί του παρόντος περίπου 600 προϊόντα της Κοινότητας, με τη συνέχιση των ενεργειών πληροφόρησης όσον αφορά τη σημασία και τα πλεονεκτήματά τους. Η πληροφόρηση αυτή θα αφορά επίσης τους κοινοτικούς λογοτύπους που έχουν δημιουργηθεί για το σκοπό αυτό, και ιδίως το λογότυπο που αφορά τις ΠΟΠ/ΠΓΕ, ο οποίος θεσπίστηκε το 1998.

2. ΣΤΟΧΟΙ

— Να διασφαλισθεί λεπτομερής πληροφόρηση επί του περιεχομένου των συστημάτων ποιότητας και των αποτελεσμάτων τους επί της αξιολόγησης και της προστασίας των καταχωρισμένων προϊόντων.

— Με διαφημιστικές εκστρατείες που προέρχονται από ένα μόνο κράτος μέλος ή περισσότερα κράτη μέλη να προβληθούν το περιεχόμενο και ο ευρωπαϊκός χαρακτήρας των συστημάτων ποιότητας των γεωργικών προϊόντων διατροφής.

— Να ενθαρρυνθούν οι παραγωγοί και οι μεταποιητές οι οποίοι δεν έχουν ακόμη προσχωρήσει στο κοινοτικό σύστημα ποιότητας να χρησιμοποιήσουν ένα τέτοιο σύστημα συμμορφούμενοι προς τις προδιαγραφές των διάφορων καταχωρισμένων προϊόντων.

— Να τονωθεί η ζήτηση των σχετικών προϊόντων ενημερώνοντας τους καταναλωτές και τους διανομείς σχετικά με την ύπαρξη, τη σημασία και τα πλεονεκτήματα των συστημάτων και των λογοτύπων τους καθώς και σχετικά με τους όρους παροχής των ονομασιών και τους σχετικούς ελέγχους καθώς και σχετικά με τους όρους παροχής των ονομασιών, το σύστημα εντοπισμού της προέλευσης καθώς και τους σχετικούς ελέγχους.

3. ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΟΜΑΔΕΣ-ΣΤΟΧΟΙ

— Παραγωγοί και μεταποιητές καθώς και οι ενώσεις τους.

— Διανομείς (μεγάλες εταιρείες διανομής, χονδρέμποροι, λιανικό εμπόριο, εστιατόρια) καθώς και οι ενώσεις τους.

— Καταναλωτές και οι ενώσεις τους.

— Παράγοντες διαμόρφωσης της κοινής γνώμης.

4. ΒΑΣΙΚΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ

— Ιδιομορφία του προϊόντος ή των προϊόντων που συνδέονται με τη γεωγραφική προέλευση (ΠΟΠ/ΠΓΕ), και ιδίως όσον αφορά τα στοιχεία που αιτιολογούν τη σχέση με το γεωγραφικό περιβάλλον ή με τη γεωγραφική καταγωγή και με τη φήμη του. Προτεραιότητα θα δοθεί στις εκστρατείες που αφορούν πολλά προϊόντα που προέρχονται από ένα μόνο κράτος μέλος ή από περισσότερα κράτη μέλη.

— Ιδιομορφία του προϊόντος ή των προϊόντων που συνδέεται με τον ιδιαίτερο και παραδοσιακό τρόπο παραγωγής του, ανεξάρτητα από τη ζώνη παραγωγής (ΕΠΠ).

— Πτυχές που αφορούν την ποιότητα και που είναι δυνατόν να προβληθούν (ασφάλεια, οργανοληπτική και θρεπτική αξία, δυνατότητα προσδιορισμού της προέλευσης).

— Μεγάλη διαφοροποίηση, πλούτος και γεύση των σχετικών προϊόντων.

▼**M4**

— Παρουσίαση ορισμένων προϊόντων που έχουν καταχωρισθεί ως ΠΟΠ/ΠΓΕ ή ως ΕΠΠ, παράδειγμα επιτυχημένης αξιοποίησης των τροφίμων με ιδιαίτερο χαρακτήρα.

— Στόχοι του συστήματος: αξιοποίηση και προστασία των καταχωρισμένων προϊόντων, κυρίως με την καταπολέμηση των αντιποιήσεων και απομιμήσεων των προστατευμένων προελεύσεων.

5. ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΣΑ

— Ηλεκτρονικά μέσα (ιστοσελίδα στο Διαδίκτυο).

— Δημόσιες σχέσεις με τα μέσα ενημέρωσης (εξειδικευμένος τύπος, γυναικείος τύπος, περιοδικά μαγειρικής).

— Επαφές με τις ενώσεις καταναλωτών.

— Ενημέρωση στους τόπους πώλησης.

— Οπτικοακουστικά μέσα ενημέρωσης.

— Γραπτή τεκμηρίωση (έντυπα, φυλλάδια και λοιπά).

— Συμμετοχή σε εκθέσεις.

— Διαφήμιση στον εξειδικευμένο τύπο.

— Για τα προγράμματα που υποβάλλονται από ένα ή περισσότερα κράτη μέλη, ενέργειες ενημέρωσης και κατάρτισης στα κοινοτικά συστήματα ΠΟΠ/ΠΓΕ/ΕΠΠΠ.

6. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Από 24 έως 36 μήνες με καθορισμένους στόχους για κάθε στάδιο.

7. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

4 εκατομμύρια ευρώ.

▼B

**Πληροφόρηση σχετικά με το γραφικό σύμβολο των άκρως απομακρυσμένων περιφερειών**

1. ΣΦΑΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Η μελέτη της εξωτερικής αξιολόγησης κατέδειξε ότι η κοινοτική εκστρατεία ενημέρωσης σχετικά με το γραφικό σύμβολο (λογότυπο) των άκρως απομακρυσμένων περιφερειών, η οποία διεξήχθη κατά το 1998-1999, προκάλεσε πραγματικό ενδιαφέρον στους διάφορους φορείς του κλάδου.

Κατόπιν τούτου, αρκετοί παραγωγοί και μεταποιητές ζήτησαν την έγκριση των προϊόντων ποιότητας, με σκοπό να χρησιμοποιήσουν τον εν λόγω λογότυπο.

Λαμβανομένης υπόψη της περιορισμένης διάρκειας της πρώτης εκστρατείας ενημέρωσης, κρίνεται σκόπιμο να ενισχυθεί η φήμη του λογοτύπου στις διάφορες ομάδες στόχους, με τη συνέχιση των ενεργειών πληροφόρησης σχετικά με τη σημασία και τα πλεονεκτήματα του λογοτύπου.

2. ΣΤΟΧΟΙ

— Να γίνει γνωστή η ύπαρξη, η σημασία και τα πλεονεκτήματα του λογοτύπου.
— Να ενθαρρυνθούν οι παραγωγοί και οι μεταποιητές των εν λόγω περιφερειών ώστε να χρησιμοποιούν τον λογότυπο.
— Να βελτιωθούν οι γνώσεις των διανομέων και των καταναλωτών όσον αφορά τον λογότυπο.

3. ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΟΜΑΔΕΣ-ΣΤΟΧΟΙ

— Τοπικοί παραγωγοί και μεταποιητές.
— Διανομείς και καταναλωτές.
— Παράγοντες διαμόρφωσης της κοινής γνώμης.

4. ΒΑΣΙΚΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ

— Ιδιότυπος, φυσικός χαρακτήρας.
— Προέλευσης από τις περιφέρειες της Κοινότητας.
— Ποιότητα (ασφάλεια, θρεπτική και οργανοληπτική αξία), μέθοδος παραγωγής, σύνδεση με την καταγωγή.
— Εξωτικός χαρακτήρας.
— Ποικιλία της προσφοράς, ακόμη και εκτός εποχής.
— Δυνατότητα προσδιορισμού της προέλευσης.

5. ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΣΑ

— Ηλεκτρονικά μέσα (ιστοσελίδα στο Διαδίκτυο κ.λπ.).
— Τηλεφωνική γραμμή παροχής πληροφοριών.
— Δημόσιες σχέσεις με τα μέσα ενημέρωσης (π.χ. ειδικευμένοι δημοσιογράφοι, γυναικείος τύπος, περιοδικά μαγειρικής).
— Επιδείξεις στα σημεία πώλησης, εκθέσεις κ.λπ.
— Επαφές με τους γιατρούς και τους διαιτολόγους.
— Άλλα μέσα (έντυπα, φυλλάδια, συνταγές κ.λπ.).
— Οπτικοακουστικά μέσα ενημέρωσης.
— Διαφήμιση στον εξειδικευμένο και τοπικό τύπο.

6. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Από 24 έως 36 μήνες, με καθορισμένους στόχους για κάθε στάδιο.

7. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

3 εκατομμύρια ευρώ.

▼B

**Βιολογική παραγωγή**

▼M4

1. ΣΦΑΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Η κατανάλωση προϊόντων που παράγονται με βιολογικές μεθόδους παραγωγής είναι ιδιαίτερα έντονη στους αστικούς πληθυσμούς, αλλά το ποσοστό που καταλαμβάνουν τα προϊόντα αυτά στην αγορά είναι ακόμη αρκετά περιορισμένο.

Το επίπεδο γνώσης των καταναλωτών και των άλλων ενδιαφερόμενων μερών στα χαρακτηριστικά της μεθόδου της βιολογικής γεωργίας είναι ακόμη αρκετά χαμηλό.

2. ΣΤΟΧΟΙ

— Να ενθαρρυνθεί η κατανάλωση προϊόντων που έχουν παραχθεί με βιολογικές μεθόδους.
— Να διευρυνθούν οι γνώσεις των καταναλωτών, των γεωργών, των μεταποιητών και των διανομέων όσον αφορά τη βιολογική γεωργία και τα προϊόντα της.
— Να γίνουν γνωστοί στο ευρύ κοινό οι κοινοτικοί κανόνες που διέπουν τις μεθόδους βιολογικής παραγωγής, τους διενεργούμενους ελέγχους και τον κοινοτικό λογότυπο για τον τρόπο βιολογικής παραγωγής.

3. ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΟΜΑΔΕΣ-ΣΤΟΧΟΙ

— Καταναλωτές κατά κανόνα ή ειδικές ομάδες στόχοι καταναλωτών.
— Γεωργοί, μεταποιητές και διανομείς (μεγάλες εταιρείες διανομής, χονδρέμποροι, εστιατόρια/καντίνες, σημεία πώλησης).
— Παράγοντες διαμόρφωσης της κοινής γνώμης.

4. ΒΑΣΙΚΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ

— Τα βιολογικά προϊόντα είναι φυσικά, προσαρμοσμένα στη σύγχρονη καθημερινή ζωή, τα οποία καταναλώνονται με ευχαρίστηση. Τα βιολογικά προϊόντα προκύπτουν από μεθόδους παραγωγής που σέβονται το περιβάλλον και την καλή διαβίωση των ζώων. Τα προϊόντα υπόκεινται σε αυστηρούς κανόνες όσον αφορά την παραγωγή και τη δυνατότητα προσδιορισμού της προέλευσης. Η συμμόρφωσή τους εξακριβώνεται καθ' όλη τη διάρκεια της τροφικής αλυσίδας από ανεξάρτητους οργανισμούς και από δημόσιους οργανισμούς.
— Πληροφορίες για τον κοινοτικό λογότυπο (αυτές μπορούν να συμπληρωθούν με πληροφορίες όσον αφορά τους λογοτύπους που έχουν θεσπιστεί στα άλλα κράτη μέλη, με την προϋπόθεση ότι οι προδιαγραφές τους ανταποκρίνονται σε αυστηρότερους όρους από αυτούς που έχουν καθοριστεί για τον κοινοτικό λογότυπο).

(Τα μηνύματα πρέπει να είναι ορθά επιλεγμένα και θετικά· τα μηνύματα που προορίζονται για τους καταναλωτές πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους ειδικά υποδείγματα κατανάλωσης των διάφορων ομάδων στόχων.

Η χρήση της λέξης «βιολογικό» ή «οργανικό» και ισοδυνάμων της σε άλλες γλώσσες όσον αφορά τα προϊόντα διατροφής προστατεύεται διά νόμου. Ο κοινοτικός λογότυπος αποτελεί το σύμβολο για τα βιολογικά προϊόντα το οποίο είναι κατανοητό σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση και σημαίνει ότι τα προϊόντα πληρούν αυστηρά κριτήρια παραγωγής στην ΕΕ και έχουν ελεγχθεί αυστηρά).

5. ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΣΑ

— Ηλεκτρονικά μέσα (π.χ. ιστοσελίδα στο Διαδίκτυο) και οπτικοακουστικά μέσα.
— Τηλεφωνική γραμμή παροχής πληροφοριών.
— Δημόσιες σχέσεις με τα μέσα ενημέρωσης (ειδικευμένοι δημοσιογράφοι, γυναικείος τύπος, περιοδικά μαγειρικής, ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές εκπομπές για τα βιολογικά προϊόντα διατροφής ή τη μαγειρική).
— Επαφές με γιατρούς, διαιτολόγους, εκπαιδευτικούς και άλλες ειδικές ομάδες.
— Ενημέρωση και επίδειξη στα σημεία πώλησης.
— Άλλα γραπτά μέσα (έντυπα, φυλλάδια κ.λπ.).
— Διαφήμιση στον τύπο ή στον εξειδικευμένο τύπο.

▼**M4**

6. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Από 12 έως 36 μήνες, με προτίμηση στα πολυετή προγράμματα με καθορισμένους στόχους για κάθε στάδιο.

7. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

6 εκατομμύρια ευρώ.

▼B

**Γάλα και γαλακτοκομικά προϊόντα**

1. ΣΦΑΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Μείωση της κατανάλωσης γάλακτος σε υγρή μορφή, ιδιαίτερα έντονη στις χώρες με μεγάλη παραγωγή, η οποία οφείλεται κυρίως στον ανταγωνισμό των αναψυκτικών που καταναλώνουν οι νέοι. Αντίθετα, συνολική αύξηση της κατανάλωσης γαλακτοκομικών προϊόντων εκφρασμένων σε ποσότητα γάλακτος.

2. ΣΤΟΧΟΙ

— Αύξηση της κατανάλωσης γάλακτος σε υγρή μορφή.
— Εδραίωση της κατανάλωσης γαλακτοκομικών προϊόντων.
— Ενθάρρυνση της κατανάλωσης γαλακτοκομικών προϊόντων από τους νέους.

3. ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΟΜΑΔΕΣ-ΣΤΟΧΟΙ

— Παιδιά και έφηβοι, και ιδίως τα κορίτσια ηλικίας 8 έως 13 ετών.
— Οι νέες γυναίκες και οι μητέρες ηλικίας 20 έως 40 ετών.

4. ΒΑΣΙΚΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ

— Το γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα είναι προϊόντα υγιή, φυσικά, δυναμικά, προσαρμοσμένα στη σύγχρονη καθημερινή ζωή, τα οποία καταναλώνονται με ευχαρίστηση.
— Το περιεχόμενο των μηνυμάτων πρέπει να είναι θετικό και να λαμβάνονται υπόψη οι ιδιομορφίες της κατανάλωσης στις διάφορες αγορές.
— Πρέπει να διασφαλισθεί η συνέχεια των κυριοτέρων μηνυμάτων καθ' όλη τη διάρκεια του προγράμματος, προκειμένου να πεισθούν οι καταναλωτές για τα θετικά αποτελέσματα της τακτικής κατανάλωσης γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων.

5. ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΣΑ

— Ηλεκτρονικά μέσα.
— Τηλεφωνική γραμμή παροχής πληροφοριών.
— Επαφές με τα μέσα ενημέρωσης (π.χ. ειδικευμένοι δημοσιογράφοι, γυναικείος τύπος, τύπος που απευθύνεται στους νέους).
— Επαφές με τους γιατρούς και τους διαιτολόγους.
— Επαφές με τους εκπαιδευτικούς.
— Άλλα μέσα (έντυπα και φυλλάδια, παιχνίδια για παιδιά κ.λπ.).
— Επιδείξεις στα σημεία πώλησης.
— Οπτικά μέσα ενημέρωσης (κινηματογράφος, ειδικά τηλεοπτικά κανάλια).
— Ραδιοφωνικά μηνύματα.
— Διαφημίσεις στον εξειδικευμένο τύπο (για νέους και γυναίκες).

6. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Από δώδεκα έως 36 μήνες, με προτίμηση στα πολυετή προγράμματα με καθορισμένους στόχους για κάθε στάδιο.

7. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

6 εκατομμύρια ευρώ.

▼B

**Οίνος**

1. ΣΦΑΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Ο τομέας χαρακτηρίζεται από αφθονία παραγωγής και στάσιμη κατανάλωση, αν όχι φθίνουσα κατανάλωση για ορισμένες κατηγορίες, καθώς και από συνεχώς αυξανόμενη προσφορά προέλευσης τρίτων χωρών.

2. ΣΤΟΧΟΙ

Πληροφόρηση των καταναλωτών όσον αφορά την ποικιλία, την ποιότητα και τις συνθήκες παραγωγής των ευρωπαϊκών οίνων καθώς και τα αποτελέσματα επιστημονικών μελετών.

3. ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΟΜΑΔΕΣ-ΣΤΟΧΟΙ

Οι καταναλωτές ηλικίας από 20 έως 40 ετών.

4. ΒΑΣΙΚΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ

— Η κοινοτική νομοθεσία προβλέπει αυστηρούς κανόνες όσον αφορά την παραγωγή, τις ενδείξεις ποιότητας, επισήμανσης και εμπορίας, οι οποίοι εγγυώνται στους καταναλωτές την ποιότητα και τη δυνατότητα εντοπισμού της προέλευσης των προσφερόμενων προϊόντων.
— Ικανοποίηση που προσφέρει η δυνατότητα επιλογής ανάμεσα σε μια ιδιαίτερα μεγάλη ποικιλία ευρωπαϊκών προϊόντων διαφορετικών προελεύσεων.
— Επίδραση της μικρής κατανάλωσης οίνου στην υγεία.

5. ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΣΑ

— Ενέργειες πληροφόρησης και δημόσιες σχέσεις:
— ενέργειες για την παροχή κατάρτισης στον κλάδο της διανομής και της εστίασης,
— επαφές με τους γιατρούς και τον εξειδικευμένο τύπο,
— άλλα μέσα (Διαδίκτυο, έντυπα και φυλλάδια) για τον προσανατολισμό της επιλογής και την ανάπτυξη των ευκαιριών κατανάλωσης σε οικογενειακές γιορτές.

6. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Από δώδεκα έως 36 μήνες, με προτίμηση στα πολυετή προγράμματα με καθορισμένους στόχους για κάθε στάδιο.

7. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

6 εκατομμύρια ευρώ.

▼B

**Νωπά οπωροκηπευτικά**

1. ΣΦΑΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Ο τομέας αυτός χαρακτηρίζεται από διαρθρωτική ανισορροπία της αγοράς, εντονότερη στην περίπτωση ορισμένων προϊόντων, ανεξαρτήτως των προσπαθειών επικοινωνίας που έχουν καταβληθεί μέχρι σήμερα.

Παρατηρείται ιδιαίτερα μείωση του ενδιαφέροντος των καταναλωτών ηλικίας κάτω των 35 ετών, η οποία είναι εντονότερη κατά τη σχολική ηλικία. Η τάση αυτή έρχεται σε αντίθεση με την ισορροπημένη διατροφή.

2. ΣΤΟΧΟΙ

Επιδιωκόμενος στόχος είναι να αποκατασταθεί η εικόνα του «φρέσκου» και «φυσικού» προϊόντος και να μειωθεί η μέση ηλικία των καταναλωτών, ενθαρρύνοντας κυρίως την κατανάλωση των προϊόντων αυτών από τους νέους.

3. ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΟΜΑΔΕΣ-ΣΤΟΧΟΙ

— Ανδρόγυνα κάτω των 35 ετών.
— Παιδιά και έφηβοι σχολικής ηλικίας.
— Μονάδες ομαδικής εστίασης και σχολικές καντίνες.
— Γιατροί και διαιτολόγοι.

4. ΒΑΣΙΚΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ

— Φυσικός χαρακτήρας.
— Φρεσκάδα.
— Ποιότητα (ασφάλεια, θρεπτική και οργανοληπτική αξία, μέθοδοι παραγωγής, προστασία του περιβάλλοντος, σύνδεση με την καταγωγή).
— Ευχαρίστηση.
— Ισορροπημένη δίαιτα.
— Ποικιλία της προσφοράς νωπών προϊόντων και εποχιακός χαρακτήρας.
— Ευκολία παρασκευής, κατανάλωση σε νωπή κατάσταση, δεν χρειάζεται μαγείρεμα.
— Δυνατότητα προσδιορισμού της προέλευσης.

5. ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΣΑ

— Ηλεκτρονικά μέσα (ιστοσελίδα στο Διαδίκτυο με την προσφορά και παιχνίδια για τους νέους).
— Τηλεφωνική γραμμή παροχής πληροφοριών.
— Επαφές με τα μέσα ενημέρωσης (π.χ. ειδικευμένοι δημοσιογράφοι, γυναικείος τύπος, περιοδικά για νέους).
— Επαφές με τους γιατρούς και τους διαιτολόγους.
— Παιδαγωγική δράση με στόχο τα παιδιά και τους εφήβους, κινητοποιώντας τους εκπαιδευτικούς και τους υπεύθυνους για τις σχολικές καντίνες.
— Άλλα μέσα (έντυπα και φυλλάδια με πληροφορίες για τα προϊόντα και συνταγές, παιχνίδια για παιδιά κ.λπ.).
— Οπτικά μέσα ενημέρωσης (κινηματογράφος, ειδικοί τηλεοπτικοί σταθμοί).
— Ραδιοφωνικά μηνύματα.
— Διαφήμιση στον εξειδικευμένο τύπο (για νέους και γυναίκες).

6. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Από δώδεκα έως 36 μήνες, με προτίμηση στα πολυετή προγράμματα με καθορισμένους στόχους για κάθε στάδιο.

7. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

6 εκατομμύρια ευρώ.

▼B

**Μεταποιημένα οπωροκηπευτικά**

1. ΣΦΑΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Ο τομέας αυτός χαρακτηρίζεται από διαρθρωτική ανισορροπία της αγοράς, εντονότερη στην περίπτωση ορισμένων προϊόντων, τα οποία δέχονται ισχυρό ανταγωνισμό από εισαγόμενα προϊόντα και για τα οποία οι προσπάθειες επικοινωνίας δεν έχουν μέχρι στιγμής αποφέρει σημαντικά αποτελέσματα.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι καταναλωτές είναι δεκτικοί όσον αφορά τα μεταποιημένα προϊόντα, δεδομένης της ευκολίας που χαρακτηρίζει την προετοιμασία τους. Πρόκειται λοιπόν για αγορά που είναι δυνατόν να διευρυνθεί προς όφελος της βασικής παραγωγής.

2. ΣΤΟΧΟΙ

Πρόκειται για τον εκσυγχρονισμό της εικόνας του προϊόντος, την ανανέωση της παρουσίασής του και την παροχή των απαιτούμενων πληροφοριών έτσι ώστε να ενθαρρυνθεί η κατανάλωσή του.

3. ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΟΜΑΔΕΣ-ΣΤΟΧΟΙ

— Νοικοκυρές.
— Μονάδες ομαδικής εστίασης και σχολικές καντίνες.
— Γιατροί και διαιτολόγοι.

4. ΒΑΣΙΚΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ

— Ποιότητα (ασφάλεια, θρεπτική και οργανοληπτική αξία, μέθοδοι παρασκευής).
— Ευκολία χρήσης.
— Ευχαρίστηση.
— Ποικιλία προϊόντων διαθέσιμων καθόλη τη διάρκεια του έτους.
— Ισορροπημένη δίαιτα.
— Δυνατότητα προσδιορισμού της προέλευσης.

5. ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΣΑ

— Ηλεκτρονικά μέσα (ιστοσελίδα στο Διαδίκτυο).
— Τηλεφωνική γραμμή παροχής πληροφοριών.
— Επαφές με τα μέσα ενημέρωσης (π.χ. ειδικευμένοι δημοσιογράφοι, γυναικείος τύπος).
— Επιδείξεις στα σημεία πώλησης.
— Επαφές με τους γιατρούς και τους διαιτολόγους.
— Άλλα μέσα (έντυπα και φυλλάδια με τα προϊόντα και συνταγές).
— Οπτικά μέσα ενημέρωσης.
— Τύπος που απευθύνεται στις γυναίκες, περιοδικά μαγειρικής, επαγγελματικός τύπος.

6. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Από δώδεκα έως 36 μήνες, με προτίμηση στα πολυετή προγράμματα με καθορισμένους στόχους για κάθε στάδιο.

7. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

3 εκατομμύρια ευρώ.

▼**M1**

**Ζώντα φυτά και ανθοκομικά προϊόντα**

1. ΣΦΑΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Η προσφορά στον τομέα αυξάνει ολοένα και περισσότερο τον ανταγωνισμό μεταξύ της κοινοτικής παραγωγής και αυτής των τρίτων χωρών.

Μετά από τις μελέτες αξιολόγησης των κοινοτικών εκστρατειών προώθησης που πραγματοποιήθηκαν από το 1997 έως το 2000, φαίνεται ότι προκειμένου να διευκολυνθούν οι πωλήσεις της κοινοτικής παραγωγής στην Ευρωπαϊκή Ένωση, πρέπει να οργανωθεί καλύτερα και να οργανωθεί ορθολογικά όλος ο τομέας από τον παραγωγό έως το διανομέα και αφετέρου να διασφαλιστεί η πληρέστερη πληροφόρηση του καταναλωτή για τις ενδογενείς ιδιότητες των προϊόντων.

2. ΣΤΟΧΟΙ

— Να αυξηθεί η κατανάλωση λουλουδιών και φυτών κοινοτικής προέλευσης.
— Να οργανωθεί ορθολογικά ο τομέας κάθε κράτους μέλους και να ενημερωθούν καλύτερα οι συμμετέχοντες σε όλα τα στάδια τον τομέα, ειδικότερα ενθαρρύνοντας πρακτικές οι οποίες είναι φιλικές προς το περιβάλλον.
— Να ενισχυθεί η συνεργασία μεταξύ επαγγελματιών περισσοτέρων κρατών μελών, επιτρέποντας μεταξύ άλλων να μοιραστούν τις καλύτερες γνώσεις στον τομέα και να αξιοποιήσουν ορισμένες ειδικές παραγωγές.

3. ΚΥΡΙΟΤΕΡΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ

— Παραγωγοί.
— Ιδιοκτήτες φυτωρίων.
— Διανομείς.
— Μαθητές.
— Παράγοντες διαμόρφωσης της κοινής γνώμης: δημοσιογράφοι, εκπαιδευτικοί.
— Καταναλωτές.

4. ΒΑΣΙΚΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ

— Ποιότητα του ευρωπαϊκού προϊόντος.
— Μέθοδοι παραγωγής φιλικές προς το περιβάλλον.
— Τεχνικές που αποσκοπούν στο να διασφαλίσουν μεγαλύτερη διάρκεια των προϊόντων.
— Άριστος συνδυασμός ποικιλιών φυτών και λουλουδιών.

5. ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΣΑ

— Εκθέσεις: εκθεσιακά περίπτερα στα οποία εκτίθενται τα προϊόντα περισσοτέρων κρατών μελών.
— Ενέργειες επιμόρφωσης των επαγγελματιών, των καταναλωτών και των μαθητών.
— Ενέργειες διάδοσης των γνώσεων που επιτρέπουν στον τομέα να επιτύχει μεγαλύτερη διάρκεια της προσφοράς.
— Ενέργειες ενημερώσεως του καταναλωτή με τον τύπο καθώς επίσης και με πρωτοβουλίες όπως η έκδοση καταλόγων, ημερολογίων για κηπουρούς, ή ακόμη ένα πρόγραμμα «Φυτό του μήνα»: ενέργειες για την προώθηση των φυτών σε γλάστρες.
— Η ενισχυμένη χρησιμοποίηση ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας (Internet, CD-ROM, κ.λπ.).

6. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Από 12 έως 36 μήνες, δίδοντας προτεραιότητα σε προγράμματα που παρουσιάζουν σε κάθε φάση, στρατηγική και δεόντως αιτιολογημένους στόχους.

7. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

4 εκατομμύρια ευρώ.