32003R0497

L 74/4 *EUROPOS SAJUNGOS OFICIALUSIS LEIDINYS* 2003 3 20

KOMISIJOS REGLAMENTAS (EB) Nr. 497/2003

2003 m. kovo 18 d.

iš dalies keičiantis Reglamentą (EB) Nr. 94/2002, nustatantį išsamias Tarybos reglamento (EB) Nr. 2826/2000 dėl žemės ūkio produktams skirtų informavimo ir pardavimo skatinimo veiksmų vidaus rinkoje taikymo taisykles

EUROPOS BENDRIJŲ KOMISIJA,

atsižvelgdama į Europos bendrijos steigimo sutartį,

atsižvelgdama į 2000 m. gruodžio 19 d. Tarybos reglamentą (EB) Nr. 2826/2000 dėl žemės ūkio produktams skirtų informavimo ir pardavimo skatinimo veiksmų vidaus rinkoje [1], ypač į jo 12 straipsnį,

kadangi:

(1) Atsižvelgiant į būtinybę teikti tinkamą informaciją ir apsaugoti vartotojus, Komisijos reglamento (EB) Nr. 94/2002 [2] su paskutiniais pakeitimais, padarytais Reglamentu (EB) Nr. 2097/2002 [3], 2 straipsnyje numatyta, kad pranešimai apie maistinę produktų vertę remtųsi pripažintais moksliniais duomenimis, kurių šaltiniai būtų prieinami.

(2) Siekiant teisinio tikrumo, visų pirma turėtų būti apibrėžta, kad pasiūlytos programos turi atitikti Bendrijos teisinius aktus, skirtus atitinkamiems produktams ir jų pardavimui.

(3) Kai kuriems sektoriams skirtos gairės turėtų būti suderintos atsižvelgiant tiek į patirtį, sukauptą kruopščiai išnagrinėjus pateiktas programas, tiek į naujausias mokslo žinias.

(4) Alyvuogių aliejaus ir valgomųjų alyvuogių bei galvijienos sektoriai yra pagrindiniai sektoriai, kuriuose informacija bei (arba) bendros pardavimą skatinančios priemonės ir ypač tinkama informacija vartotojams galėtų pagerinti rinkos pusiausvyrą.

(5) Pluoštinių linų sektoriuje pagaminti kokybiški gaminiai turi stiprią gaminių, pagamintų iš linų pluošto už Bendrijos ribų, ir gaminių iš kitokio pluošto konkurenciją. Paskutiniųjų prekybos metų kampanija parodė, kad tikslinga toliau taikyti informacines priemones apie Bendrijoje auginamus pluoštinius linus.

(6) Dėl šių priežasčių alyvuogių aliejaus ir valgomųjų alyvuogių, pluoštinių linų bei galvijienos sektoriai turėtų būti įtraukti į sąrašą, skirtą reklamuotiniems gaminiams, be to, jau šioje pakopoje turi būti apibrėžtos bendros gairės, skirtos ruošti kampanijas šiuose sektoriuose.

(7) Priede nurodytose gairėse atsižvelgiama į rinkos sąlygas ir turimus pačių naujausių reklaminių kampanijų įvertinimo rezultatus.

(8) Atsižvelgiant į laiką, kada šios gairės buvo patvirtintos, turėtų būti nustatyti konkretūs terminai persiųsti ir patvirtinti 2003 metais pateiktas programas dėl alyvuogių aliejaus, valgomųjų alyvuogių ir pluoštinių linų.

(9) Turi būti atnaujintas II priedas, kuriame išvardytos kompetentingos valstybių narių institucijos.

(10) Reglamentas (EB) Nr. 94/2002 turėtų būti atitinkamai iš dalies pakeistas.

(11) Šiame reglamente numatytos priemonės atitinka jungtinio žemės ūkio produktų pardavimo skatinimo vadybos komitetų posėdžio metu pareikštą nuomonę,

PRIĖMĖ ŠĮ REGLAMENTĄ:

1 straipsnis

Reglamentas (EB) Nr. 94/2002 iš dalies pakeičiamas taip:

— 2 straipsnyje pridedama 3 dalis:

„3. Bet kuri reklaminiuose arba informaciniuose pranešimuose pateikta nuoroda dėl poveikio sveikatai vartojant atitinkamą produktą turi būti pagrįsta visuotinai pripažintais mokslo duomenimis. Tokius pranešimus turi patvirtinti už sveikatos apsaugą atsakinga nacionalinė valdžios institucija. Teikiančios pasiūlymus prekybos federacija arba tarpšakinė organizacija pateikia suinteresuotai valstybei narei ir Komisijai mokslinių tyrimų ir pripažintų mokslo įstaigų nuomonių, kuriomis remiamasi pranešimuose, sąrašą.“

— 5 straipsnio 1 dalis pakeičiama taip:

„1. Siekiant įgyvendinti Reglamento (EB) Nr. 2826/2000 6 straipsnyje nurodytose programose numatytas priemones, suinteresuotos valstybės narės, paskelbus kvietimus pateikti paraiškas ir ne vėliau kaip kiekvienų metų sausio 31 d. ir liepos 31 d. gauna atitinkamo (-ų) sektoriaus (-ių) programas, kurias pateikia Bendrijos prekybos federacijos arba tarpšakinės organizacijos.

Tačiau atitinkamos valstybės narės gauna su alyvuogių aliejumi, valgomosiomis alyvuogėmis ir pluoštiniais linais susijusias programas, kurios turi būti pateiktos 2003 metais, kaip atsakas į kvietimus pateikti pasiūlymus ne vėliau kaip iki 2003 m. gegužės 31 d.

[1] OL L 328, 2000 12 21, p. 2.
[2] OL L 17, 2002 1 19, p. 20.
[3] OL L 323, 2002 11 28, p. 41.

Šios programos atitinka Bendrijos taisykles dėl atitinkamų produktų ir prekybos jais, taip pat to Reglamento (EB) Nr. 2826/2000 5 straipsnyje nurodytas gaires ir tuo tikslu suinteresuotų valstybių narių išplatintas specifikacijas, kuriose apibrėžti produktų atmetimo, atrankos ir priimtinumo kriterijai.

Pirmą kartą gairės pateikiamos šio reglamento III priede.“

— 7 straipsnis iš dalies pakeičiamas taip:

a) prie 1 straipsnio dalies pridedama tokia pastraipa:

„Apie 2003 metais pateiktas programas dėl alyvuogių aliejaus, valgomųjų alyvuogių ir pluoštinių linų, gautas paskelbus kvietimus pateikti pasiūlymus, suinteresuota valstybė narė praneša Komisijai ne vėliau kaip iki 2003 m. birželio 30 d.“;

b) prie straipsnio 3 dalies pridedama tokia pastraipa:

„Komisija sprendimą dėl 2003 metais pateiktų programų dėl alyvuogių aliejaus, valgomųjų alyvuogių ir pluoštinių linų, gautų paskelbus kvietimus pateikti paraiškas, priima ne vėliau kaip iki 2003 m. rugsėjo 15 d.“

— I priedas pakeičiamas šio reglamento priedu.

— II priedas pakeičiamas šio reglamento priedu.

— III priedas iš dalies pakeičiamas pagal šio reglamento III priedą.

2 straipsnis

Šis reglamentas įsigalioja trečią dieną po jo paskelbimo *Europos Bendrijų oficialiajame leidinyje*.

Šis reglamentas yra privalomas visas ir tiesiogiai taikomas visose valstybėse narėse.

Priimta Briuselyje, 2003 m. kovo 18 d.

Komisijos vardu

Franz FISCHLER

Komisijos narys

I PRIEDAS

a) Galimų informavimo ir (arba) pirkimo skatinimo priemonių temų sąrašas:
   — informacija apie saugomas kilmės vietos nuorodas (SKNV), saugomas geografines nuorodas (SGN), garantuotus tradicinius gaminius (GTG) ir grafinius simbolius, nustatytus žemės ūkio teisės aktuose,
   — informacija apie ekologinę žemdirbystę,
   — informacija apie žemės ūkio gamybos sistemas, užtikrinančias produktų atsekamumą ir tokių produktų ženklinimą (etiketėmis),
   — informacija apie maisto kokybę ir saugą bei mitybos ir sveikatos aspektus.

b) Produktų, kuriuos galima įtraukti į kampanijas, sąrašas:
   — švieži vaisiai ir daržovės,
   — perdirbti vaisiai ir daržovės,
   — pieno produktai,
   — rūšiniai vynai pkr (pagaminta konkrečiame rajone), stalo vynai su geografinėmis nuorodomis,
   — alyvuogių aliejus ir valgomosios alyvuogės,
   — gyvi augalai ir gėlės.
   — pluoštinai linai,
   — šviežia, atvėsinta arba užšaldyta galvijiena.

II PRIEDAS

VALSTYBIŲ NARIŲ KOMPETENTINGŲ INSTITUCIJŲ SĄRAŠAS

(Reglamentams (EB) Nr. 2702/1999 ir (EB) Nr. 2826/2000 administruoti)

Valstybė narė	Pavadinimas ir adresas		atnaujintas 2003 m. vasario 28 d.
Vokietija	Bundesanstalt fir Landwirtschaft und Ernahrung (BLE) Referat 411 D-60631 Frankfurt/Main	Telefonas	49 69 1564 862/753-756/757
		Faksas	49 69 1564-791
		El. paštas	patricia.grunwald@ble.de dieter.pruchnewski@ble.de ralf.keller@ble.de
		Internetas	www.ble.de
Austrija	Agrarmarkt Austria Dresdner Straβe 70 A-1201 Wien	Telefonas	Milcherzeugnisse: 43 1 33 151-284 Rindfleisch: 43 1 33 151-218 Sonst. Erzeugnisse: 43 I 33 151-241
		Faksas	Milcherzeugnisse: 43 1 33 151-396 Rindfleisch: 43 1 33 151-297 Sonst. Erzeugnisse: 43 1 33 151-303
		El. paštas	Milcherzeugnisse: lothar.goedl@ama.gv.at Rindfleisch: alois.luger@ama.gv.at Sonst. Erzeugnisse: michaela.pichler@ama.gv.at
	Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft Stubenring 12 A-1010 Wien	Telefonas	*Wein*: 43 1 71100-2840 Horizontale Angelegenheiten: 43 1 71100-2738
		Faksas	43 1 71100-2901 Horizontale Angelegenheiten: 43 1 71100-2891
		El. paštas	Wein: Rudolf.Schmid@bmlfuw.gv.at Horizontale Angelegenheiten: Michaela.Zoch@bmlfuw.gv.at
Belgija	Vlaamse Gemeenschap: Administratie Land- en Tuinbouw (ALT) Directeur-Generaal (dhr. J. Van Liefferinge) Leuvenseplein 4 B-1000 Brussel	Telefonas	32 2 553 63 40
		Faksas	32 2 553 63 50
		El. paštas	Jules.vanliefferinge@ewbl.vlaanderen.be
	Région wallonne: Agence wallone à l'exportation (AWEX) Directeur général (M. Ph. Suinen) Place Sainctelette 2 B-1080 Bruxelles	Telefonas	32 2421 82 11
		Faksas	32 2421 87 87
		El. paštas	mail@awex.wallonie.be
Danija	Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri Direktoratet for FødevareErhverv Kampmannsgade 3 DK-1780 København V	Telefonas	45 33 95 80 00
		Faksas	45 33 95 80 80
		El. paštas	dffe@dffe.dk
	Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri Direktoratet for FødevareErhverv Animalsk kontor (M. Carsten Andersen) Kampmannsgade 3 DK-1780 København V	Telefonas	45 33 95 88 02
		Faksas	45 33 95 80 34
		El. paštas	caea@dffe.dk
Ispanija	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentacion (MAPA) Subsecretaría – Dirección General de Alimentación (SG Promoción Agroalimentaria) Paseo Infanta Isabel 1 E-28014 Madrid	Telefonas	34 913 47 53 91
		Faksas	34 913 47 51 68
		El. paštas	ssgpromo@mapya.es

Valstybė narė	Pavadinimas ir adresas		atnaujintas 2003 m. vasario 28 d.
Suomija	Ministry of Agriculture and Forestry Intervention Unit PO Box 30 FIN-00023 Helsinki Government	Telefonas Faksas El. paštas	358-9-160 53370 358-9-160 52707 hanna.mattila@mmm.fi tiina.saatsi@mmm.fi intervention.unit@mmm.fi
Prancūzija	Office national interprofessionnel des viandes de l'élevage et de 1'aviculture (OFIVAL) (M. Yves Berger) 80, avenue des Terroirs-de-France F-75607 Paris cedex 12	Telefonas Faksas El. paštas	33 1 44 68 50 00 33 1 44 68 50 06 Yves.berger@ofival.fr
	Office national interprofessionnel du lait et des produits laitiers (ONILAIT) (M[me] Boulengier) 2, rue Saint-Charles F-7 5 740 Paris cedex 15	Telefonas Faksas El. paštas	33 1 73 00 50 00 33 1 73 00 50 50
	Office national interprofessionnel des fruits, des légumes et de l'horticulture (ONIFLHOR) (M. Balay) 164, rue de Javel F-75 739 Paris cedex 15	Telefonas Faksas El paštas	33 1 44 25 36 36 33 1 44 25 36 66 33 1 45 54 31 69 33 1 44 25 36 90 oniflhor@easynet.fr
	Office national interprofessionnel des vins (ONIVINS) (M. Dairien) 232, rue de Rivoli F-75001 Paris	Telefonas Faksas El paštas	33 1 42 86 32 00 33 140 1506 96
	Office national interprofessionnel des céréales (ONIC) Office national interprofessionnel des oléagineux, protéagineux et cultures textiles (ONIOL) (M. Drege) 21, avenue Bosquet F-75015 Paris	Telefonas Faksas El. paštas	33 1 44 18 20 00 33 1 45 51 90 99
	Institut national des appellations d'origines (INAO) (M. Benard) 138, Champs-Élysées F-75008 Paris	Telefonas Faksas El. paštas	33 1 53 89 80 00 33 142 25 57 97 jd.benard@inao.gouv.fr
	Office de développement de l'économie agricole des départements d'outre-mer (ODEADOM) (M. Danel) 31, quai de Crenelle, Tour Mercure 1 F-75 738 Paris cedex 15	Telefonas Faksas El. paštas	33 1 53 95 41 70 33 1 53 95 41 95
	Office national interprofessionnel des plantes à parfum, aromatiques et médicinales (ONIPPAM) (M. De Laurens) 25, rue du Marshal Foch F-04130 Voix	Telefonas Faksas El. paštas	33 4 92 79 3446 33 4 92 79 33 22
Graikija	Ministry of Agriculture Direction of Agricultural Expenses Patission Street 207 Skalistiri Street 19 GR-11253 Athens	Telefonas Faksas El. paštas	(30-210) 212 82 23 (30-210) 212 82 24 (30-210) 867 53 59 pasku022@minagric.gr

Valstybė narė	Pavadinimas ir adresas		atnaujintas 2003 m. vasario 28 d.
Airija	Department of Agriculture and Food Agriculture House Kildare Street Dublin 2 Ireland	Telefonas Faksas El. paštas	353 1 607200/6072390 353 1 6072038 marian.byrne® agriculture.gov.ie mel.mcdonagh@agriculture.gov.ie
Italija	AGEA Dr. Renzo Lolli Organismo Pagatore Via Palestro, 81 1-00185 Roma	Telefonas Faksas El. paštas	39 (06) 4949 93 08 39 (06) 4941 647 Renzololli@hotmail.com
Liuksemburgas	Administration des services techniques de 1'agriculture 16, route d'Esch boîte postale 1904 L-1019 Luxembourg	Telefonas Faksas El. paštas	35245 71 72215 352 45 71 72 341 www.asta.etat.lu asta.asta@asta.etat.lu
Nyderlandai	Ministerie van LNV Directie I.Z.; desk PDA Postbus 20401 2500 EK Den Haag Nederland	Telefonas Faksas El. paštas	31 70 3786868 31 70 3786105 infotiek@dv.agro.nl
	Ministerie van LNV Agentschap LASER Regio Zuid-West – Postbus 1191 3300 BD Dordrecht Nederland	Telefonas Faksas El. paštas	31 78 6395484 31 786395394 promotie@laser.agro.nl
Portugalija	INGA Rua Fernando Curado Ribeiro, n.º 4 G P-1649-034 Lisboa	Telefonas Faksas El. paštas	351 21 7518709 351 21 7518623 Artur.rodrigues@inga.min-agricultura.pt Edalberto.santana@inga.min-agricultura.pt
Jungtinė Karalystė	Department of Environment, Food & Rural Affairs (DEFRA) Agrifood Exports and Regional Food Promotion Division (Jill Russell) Nobel House 17 Smith Square London SW IP 3JR United Kingdom	Telefonas Faksas El. paštas	44 207 238 65 90 44 207 238 56 71 jill.russell@defra.gsi.gov.uk
	Rural Payment Agency (RPA) (Rosemary Welch) PO Box 69 Reading RG1 3 YD United Kingdom	Telefonas Faksas El. paštas	44 118 968 7662 44 118968 7734 rosemary.welch@rpa.gsi.gov.uk
Švedija	Swedish Board of Agriculture S-55182 Jönköping	Telefonas Faksas El. paštas	46 36 15 5000 46 36 19 05 46 jordbruksverket@sjv.se

III PRIEDAS

Pienas ir pieno produktai

1. BENDRA PADĖTIES APŽVALGA

Skysto pieno vartojimas sumažėjo, visų pirma labiausiai jį vartojančiose šalyse, daugiausia dėl jauniems žmonėms skirtų nealkoholinių gėrimų konkurencijos. Tačiau bendras pieno produktų suvartojimas, išreikštas pieno ekvivalentu, padidėjo.

2. UŽDAVINIAI

— Padidinti skysto pieno vartojimą

— Sustiprinti pieno produktų vartojimą

— Skatinti jaunimą vartoti šiuos produktus.

3. TIKSLINĖS GRUPĖS

— Vaikai ir paaugliai, ypač 8–14 metų mergaitės

— Jaunos moterys ir 15–40 metų amžiaus motinos

— Vyresni nei 55 metų žmonės.

4. PAGRINDINĖ INFORMACIJA

— Pienas ir pieno produktai yra sveiki, natūralūs, didelį energijos kiekį turintys produktai, atitinkantys šiuolaikinį gyvenimo būdą ir skanūs vartoti.

— Informacija turi būti teigiamo pobūdžio ir pateikta atsižvelgiant į konkretų vartojimo pobūdį įvairiose rinkose.

— Būtina užtikrinti pagrindinės informacijos tęstinumą visos programos metu, siekiant įtikinti vartotojus reguliaraus minėtų produktų vartojimo nauda.

5. PAGRINDINIAI KANALAI

— Elektroniniai kanalai

— Telefono informacijos linijos

— Ryšiai su masinės informacijos priemonėmis (pvz., atitinkamų sričių žurnalistais, dirbančiais leidiniuose moterims ir jaunimui)

— Ryšiai su gydytojais ir mitybos specialistais

— Ryšiai su mokytojais

— Kiti kanalai (informaciniai lapeliai, brošiūros, vaikų žaidimai ir kt.)

— Demonstravimas prekybos vietose

— Vaizdo priemonės (kinas, specialūs TV kanalai)

— Radijo laidų intarpai

— Visuomenės informavimas specialioje spaudoje (skirtoje jaunimui ir moterims).

6. PROGRAMŲ TRUKMĖ

12–36 mėnesiai, pirmenybę teikiant daugiametėms programoms su kiekvienam etapui nustatytais tikslais.

7. NUMATOMAS BIUDŽETAS

6 milijonai eurų.

Vynas

1. BENDRA PADĖTIES APŽVALGA

Vyno gamyba yra pakankama, nors vartojimas yra stabilus, o kai kurių rūšių vyno net mažėja, taip pat didėja jo tiekimas iš trečiųjų šalių.

2. UŽDAVINIAI

Informuoti vartotojus apie Europos vynų rūšis, kokybę ir gamybos sąlygas bei apie mokslinių tyrimų rezultatus.

3. TIKSLINĖS GRUPĖS

Vartotojai, išskyrus jaunimą ir paauglius, kaip nurodyta Tarybos rekomendacijoje 2001/458 ([1]).

4. PAGRINDINĖ INFORMACIJA

— Bendrijos teisės aktai griežtai reguliuoja gamybą, kokybės nuorodas, ženklinimą ir prekybą, tokiu būdu užtikrindami vartotojams parduodamo vyno kokybę ir atsekamumą.

— Vyno patrauklumą didina plačios skirtingos kilmės Europos vynų pasirinkimo galimybės.

— Saikingas vyno vartojimas kartu su subalansuota mityba.

5. PAGRINDINIAI KANALAI

Informavimo ir viešųjų ryšių priemonės:

— platintojų ir maisto bei gėrimų tiekėjų mokymas,

— ryšiai su medikais ir specialiąja spauda,

— kiti kanalai (internetas, informaciniai lapeliai, brošiūros), skirti padėti vartotojams pasirinkti ir sudaryti galimybes vartoti šeimos renginiuose.

6. PROGRAMŲ TRUKMĖ

12–36 mėnesiai, pirmenybę teikiant daugiametėms programoms su kiekvienam etapui nustatytais tikslais.

7. NUMATOMAS BIUDŽETAS

6 milijonai eurų.

Švieži vaisiai ir daržovės

1. BENDRA PADĖTIES APŽVALGA

Šiame sektoriuje poreikis užtikrinti nuolatinę ir reguliarią pasiūlą yra aiškiau išreikštas kai kuriems produktams, nepaisant ligšiolinių informacijos priemonių, kurių buvo imtasi.

Pastebimai mažėja vartotojų iki 35 m. amžiaus susidomėjimas šiais produktais, ypač nedaug jų vartoja mokyklinio amžiaus vaikai. Tai neatitinka subalansuotos mitybos reikalavimų.

2. UŽDAVINIAI

Tikslas – grąžinti minėtiems produktams „šviežių“ ir „natūralių“ produktų įvaizdį ir sumažinti vidutinį vartotojų amžių, pirmiausia skatinant jaunimą vartoti atitinkamus produktus.

3. TIKSLINĖS GRUPĖS

— Jaunos šeimos iki 35 m. amžiaus

— Mokyklinio amžiaus vaikai ir paaugliai

— Viešojo maitinimo įmonės ir mokyklų valgyklos

— Gydytojai ir mitybos specialistai.

([1]) OL L 161, 2001 6 16, p. 38.

4. PAGRINDINĖ INFORMACIJA

— Produktai yra natūralūs

— Produktai yra švieži

— Kokybė (sauga, maistinė vertė ir skonis, gamybos būdai, aplinkosauga, ryšys su produkto kilme)

— Malonumas

— Subalansuota mityba

— Įvairovė ir sezoninis šviežių produktų tiekimo pobūdis

— Lengva paruošti: šviežių produktų nereikia virti arba kepti

— Atsekamumas

— Valgyti šiuos produktus sveika.

5. PAGRINDINIAI KANALAI

— Elektroniniai kanalai (turimų produktų pateikimas internete, tiesioginio ryšio žaidimai vaikams)

— Informacijos telefonu linija

— Ryšiai su visuomenės informavimo priemonėmis (pvz., atitinkamų sričių žurnalistais, leidiniais moterims, žurnalais jaunimui ir laikraščiais)

— Ryšiai su gydytojais ir mitybos specialistais

— Mokomosios priemonės, skirtos vaikams ir paaugliams, mobilizuojant mokytojus ir mokyklų valgyklų vadovus

— Kiti kanalai (informaciniai lapeliai ir brošiūros, informuojantys apie produktus ir patiekalų receptus, vaikų žaidimai ir kt.)

— Vaizdo priemonės (kinas, specialūs TV kanalai)

— Radijo laidų intarpai

— Reklaminė medžiaga specialioje spaudoje (skirtoje moterims ir jaunimui).

6. PROGRAMŲ TRUKMĖ

12–36 mėnesiai, pirmenybę teikiant daugiametėms programoms su kiekvienam etapui nustatytais tikslais.

7. NUMATOMAS BIUDŽETAS

6 milijonai eurų.

Alyvuogių aliejus ir valgomosios alyvuogės

1. BENDRA PADĖTIES APŽVALGA

Augant alyvuogių aliejaus ir valgomųjų alyvuogių pasiūlai, jų paklausa įprastose šių produktų vartotojų rinkose ir rinkose, kuriose šie produktai yra naujas reiškinys, smarkiai skiriasi.

Tradiciškai šiuos produktus vartojančiose valstybėse narėse (Ispanija, Italija, Graikija ir Portugalija) jie yra gerai žinomi, o jų vartojimo lygis aukštas. Kitaip tariant, šios rinkos yra prisotintos, todėl sunku tikėtis paklausos jose didėjimo.

„Naujųjų vartotojų“ valstybėse narėse *per capita* vartojimas yra vis dar žemas ir daugelis vartotojų net nežino apie skirtingą alyvuogių aliejaus ir valgomųjų alyvuogių kokybę ir jų vartojimo būdus. Didinti paklausą šiose rinkose ir yra pagrindinis uždavinys.

2. UŽDAVINIAI

— Kelti vartojimą „naujųjų vartotojų“ valstybių narių rinkose, skverbiantis į jas ir plečiant šių produktų asortimentą.

— Įtvirtinti ir, jei įmanoma, padidinti suvartojimą tradiciškai šiuos produktus vartojančiose valstybėse narėse, geriau informuojant vartotojus apie mažiau žinomus aspektus ir agituojant jaunimą pirkti šiuos produktus.

3. TIKSLINĖS GRUPĖS

a) „Naujųjų vartotojų“ valstybėse narėse:
— Už pirkimus atsakingi asmenys
— Visuotinės nuomonės formuotojai (gastronomai, virėjai, bendra ir specializuota spauda (gastronomijos, moterų, įvairių stilių)
— Prekiautojai.

b) Tradiciškai šiuos produktus vartojančiose valstybėse narėse:
— Pagrindiniai pirkėjai yra 20–35 metų amžiaus asmenys
— Vartotojams skirta spauda
— Medicinai ir paramedicinai skirta spauda.

4. PAGRINDINĖ INFORMACIJA

a) „Naujųjų vartotojų“ valstybėse narėse:
— alyvuogių aliejus, ypač ekstra pirmo spaudimo alyvuogių aliejus, yra natūralus senas tradicijas turintis produktas, kurį galima puikiai pritaikyti įvairiapusėje šiuolaikinėje virtuvėje,
— patarimai, kaip produktus vartoti (karštus ir šaltus) ištisus metus,
— skirtingos kokybės kategorijos ir alyvuogių aliejaus skonių įvairovė,
— pirmojo spaudimo alyvuogių aliejaus organoleptinės ypatybės (aromatas, spalva, skonis) subtiliai kinta priklausomai nuo rūšies, vietovės, derliaus metų, SGN ir GTG, ir t. t. Ši įvairovė siūlo didelį skonio spektrą ir sudaro sąlygas plačiai panaudoti šiuos produktus kulinarijoje,
— maistinės alyvuogių aliejaus savybės sudaro svarbią sveikos ir subalansuotos mitybos dalį,
— informacija apie alyvuogių aliejaus kokybės kontrolę, sertifikavimo ir ženklinimo (etiketėmis) sistemas,
— valgomosios alyvuogės yra natūralus ir sveikas produktas, kurį galima valgyti kaip užkandą arba naudoti patiekalams gaminti.

b) Tradiciškai šiuos produktus vartojančiose valstybėse narėse:
— skirtingos alyvuogių aliejaus kategorijos ir specifinės pirmojo spaudimo alyvuogių aliejų savybės,
— Bendrijos SGN ir GTG sistemos reikšmė ir privalumai ir informacija apie visus alyvuogių aliejus ir(arba) valgomąsias alyvuoges, kurios registruotos Bendrijoje SGN ir GTG,
— informacija apie alyvuogių aliejaus kokybės kontrolę, sertifikavimo ir ženklinimo (etiketėmis) sistemas,
— nors ir turi ilgą istoriją, alyvuogių aliejus yra šiuolaikinis didelės maistinės ir kulinarinės vertės produktas,
— skirtingų rūšių valgomųjų alyvuogių ypatybės.

Nepažeidžiant 2 straipsnio 3 dalies, informacija apie maistines alyvuogių aliejaus savybes turi visų pirma remtis dokumentacija, skirta septintajai alyvuogių aliejaus reklamos kampanijai ir patvirtinta Komisijos mokslinio asistento.

5. PAGRINDINIAI KANALAI

a) „Naujųjų vartotojų“ valstybėse narėse:
— Internetas
— Reklama prekybos vietose (skanavimas, receptai, informacija)
— Reklama (arba reklaminio turinio straipsniai) bendroje, taip pat moterims, kulinarijai ir gyvenimo stiliui skirtoje spaudoje
— Susitikimai su nuomonės formuotojais (atitinkamų sričių žurnalistais, virėjais ir t. t.)

b) Tradiciškai šiuos produktus vartojančiose valstybėse narėse:
— Internetas
— Reklama (arba reklaminio turinio straipsniai) specialioje spaudoje (skirtoje moterims, kulinarijai ir t. t.), daugiausia dėmesio skiriant produkto įvaizdžiui atnaujinti
— Reklama prekybos vietose
— Viešieji ryšiai ir VR kontaktai su spauda (renginiai, dalyvavimas mugėse ir t. t.)
— Bendri renginiai su medikais ir paramedikais.

6. PROGRAMŲ TRUKMĖ

12–36 mėnesiai, pirmenybę teikiant daugiametėms programoms su kiekvienam etapui nustatytais tikslais.

Kol bus išanalizuoti visi septintosios alyvuogių aliejaus reklamos kampanijos rezultatai, numatoma 2003 metais patvirtintų programų trukmė yra 12 mėnesių.

7. NUMATOMAS BIUDŽETAS

6 milijonai eurų paskirstyti taip:

— 70 % programoms vienoje arba keliose „naujųjų vartotojų“ valstybėse narėse įgyvendinti,

— 30 % programoms vienoje arba keliose „tradicinių vartotojų“ valstybėse narėse įgyvendinti.

Pluoštiniai linai

1. BENDRA PADĖTIES APŽVALGA

Dėl tarptautinės prekybos tekstile ir apranga liberalizacijos pluoštinių linų sektorius turi stiprią tiek už patrauklią kainą siūlomų gaminių, pagamintų iš linų pluošto už Bendrijos ribų, tiek ir gaminių iš kitokio pluošto konkurenciją. Tuo pačiu metu tekstilės vartojimas stabilizuojasi.

2. UŽDAVINIAI

— Sukurti Europos pluoštinių linų įvaizdį ir gerą vardą

— Padidinti šio produkto, pažymėto „Masters of Linen“ prekiniu ženklu, vartojimą

— Pasinaudoti Europos pluoštinių linų, pažymėtų šiuo ženklu, charakteringomis savybėmis

— Informuoti vartotojus apie naujų pateiktų į rinką produktų savybes.

3. TIKSLINĖS GRUPĖS

— Madų kūrėjai (stilistai, dizaineriai, gatavų drabužių gamintojai, straipsnių autoriai)

— Prekiautojai

— Tekstilės, madų ir interjero dizaino mokymo įstaigos (dėstytojai ir studentai)

— Visuomenės nuomonės formuotojai

— Vartotojai.

4. PAGRINDINĖ INFORMACIJA

— Kokybė, kurios pagrindas yra žaliavos augimo sąlygos, rūšių įvairovė ir įvairių gamybos pakopų gamintojų profesionalumas.

— Iš Europos pluoštinių linų galima gaminti platų gaminių asortimentą (drabužiai, dekoravimas, buityje naudojami lininiai audiniai), jie leidžia puikiai pasireikšti kūrybiškumui ir naujoviškumui.

— „Masters of Linen“ prekinis ženklas parodo, kad laikomasi techninių sąlygų, ir žymi aukščiausios kokybės Europos pluoštinius linus, atsižvelgiant į Europos bendrijoje taikomas ypatingas gamybos ir apdorojimo sąlygas nuo augalo iki audinio.

5. PAGRINDINIAI KANALAI

— Elektroniniai kanalai (interneto svetainės)

— Specializuotos mugės

— Informacijos priemonės tam tikroms vartotojų grupėms (stilistai, dizaineriai, gatavų drabužių gamintojai, publicistai)

— Informacija prekybos vietose

— Ryšiai su specialiąja spauda

— Mokymo priemonės mados mokyklose, tekstilės inžinierių kursuose ir t. t.

6. PROGRAMŲ TRUKMĖ

12–36 mėnesiai, pirmenybę teikiant daugiametėms programoms su kiekvienam etapui nustatytais tikslais.

7. NUMATOMAS BIUDŽETAS

1 milijonas eurų.

Galvijiena

1. UŽDAVINIAI

Šios informacinės programos tikslas yra koordinuotomis priemonėmis atkurti vartotojų pasitikėjimą galvijienos rinka suinteresuotose valstybėse narėse. Ši programa turi būti lanksti: tikslai ir struktūra bus bendri visiems, o tam tikrų programos elementų kombinacija ir taikymo laikas galės skirtis, atsižvelgiant į situaciją konkrečioje valstybėje narėje. Programa aprėps visas jautienos rinkas.

Kiekvienoje valstybėje narėje turi būti paskirta už šią programą atsakinga institucija. Be to, turi būti nurodytas ryšių punktas.

Programa turi būti skirta išsklaidyti vartotojų abejones ir vėl įtikinti juos galvijienos tinkamumu.

Informacinė kampanija

Kampanija skirta vėl atgauti vartotojų pasitikėjimą, juos įtikinant, kad Europos ir nacionaliniai teisės aktai nustato taisykles, užtikrinančias produktų saugumą (pvz., atsekamumas ir ženklinimas (etiketėmis), ir garantuoja patikimą kontrolę visose gamybos pakopose.

Kampanija vyks trimis lygiais: Europos Sąjungos, nacionalinių institucijų ir privataus sektoriaus.

Turėtų būti paaiškintas bet kokių nacionalinių arba privačių etikečių prasmė ir turinys.

Visuose dokumentuose turi būti nuoroda į Europos ir nacionalinius tinklalapius.

2. PAGRINDINĖ INFORMACIJA

— Galvijiena yra maistinga ir yra reguliuojama

— Įdiegtos efektyvios saugumo priemonės, įskaitant patikrinimus

— Galvijienos ženklinimas (etiketėmis) turi įtikinti vartotojus jos tinkamumu

— Pageidaujant vartotojas gali gauti platesnę informaciją.

3. 2. TIKSLINĖS GRUPĖS

A. **Pavieniai vartotojai**

— Pagrindinė vartotojų grupė – miestietės 25–45 metų amžiaus moterys, turinčios vaikų

— Kita vartotojų grupė – didelę perkamąją galią turintys nevedę žmonės ir poros iki 35 metų, kurie renkasi paprastai paruošiamus ir skanius produktus.

B. **Institucinė rinka (mokyklos, ligoninės, visuomeninio maitinimo įstaigos ir t. t.)**

Formuojant nuomonę tiesiogiai dalyvauja ir specializuota spauda, ir vartotojų asociacijos.

4. PAGRINDINIAI KANALAI

— elektroniniai kanalai (internetas),

— informacijos telefonu linija,

— ryšiai su žiniasklaida (pvz., vartotojų problemas gvildenantys žurnalistai, mokslininkai ir specializuota spauda), konferencijos, klausimų-atsakymų valandėlės, kurias veda nepriklausomi maisto saugos ekspertai. Į tokias valandėles kviečiami prekybininkai, vartotojų grupės ir kiti institucinės rinkos dariniai,

— spausdintinė žiniasklaida (pvz., vartotojų žurnalai, regioninė spauda, informaciniai lapeliai, brošiūros ir t. t.),

— vaizdinė žiniasklaida, pavyzdžiui, plakatai, reklama pardavimo vietose, TV laidos,

— radijas.

5. NUMATOMAS BIUDŽETAS

6 milijonai eurų.