REGOLAMENTO (CE) N. 1313/2008 DELLA COMMISSIONE

del 19 dicembre 2008

recante modifica del regolamento (CE) n. 501/2008 recante modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli sul mercato interno e nei paesi terzi

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea,

visto il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio, del 17 dicembre 2007, relativo ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli sul mercato interno e nei paesi terzi [1], in particolare gli articoli 4, 5 e 15,

considerando quanto segue:

(1) Gli articoli 2 e 3 del regolamento (CE) n. 3/2008, come modificati dal regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio, del 29 aprile 2008, relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo [2], prevedono azioni di informazione su nuove designazioni per i vini della Comunità, sulle abitudini di consumo responsabile e sui danni provocati dal consumo pericoloso di bevande alcoliche. Occorre pertanto modificare di conseguenza il regolamento (CE) n. 501/2008 della Commissione [3].

(2) L'allegato I del regolamento (CE) n. 501/2008 contiene l'elenco dei temi e dei prodotti nonché le linee direttrici per la promozione sul mercato interno.

(3) L'allegato II del regolamento (CE) n. 501/2008 contiene l'elenco dei prodotti che possono beneficiare di azioni promozionali nei paesi terzi e l'elenco dei mercati nei quali possono essere realizzate tali azioni.

(4) L'allegato III del regolamento (CE) n. 501/2008 contiene i bilanci indicativi annuali per i diversi settori.

(5) Occorre pertanto modificare gli allegati I, II e III del regolamento (CE) n. 501/2008 per tenere conto delle modifiche apportate al regolamento (CE) n. 3/2008.

(6) Le misure di cui al presente regolamento sono conformi al parere del comitato di gestione per l'organizzazione comune dei mercati agricoli,

HA ADOTTATO IL PRESENTE REGOLAMENTO:

Articolo 1

Gli allegati I, II e III del regolamento (CE) n. 501/2008 sono modificati in conformità dell'allegato del presente regolamento.

Articolo 2

Il presente regolamento entra in vigore il settimo giorno successivo alla pubblicazione nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*.

Il presente regolamento è obbligatorio in tutti i suoi elementi e direttamente applicabile in ciascuno degli Stati membri.

Fatto a Bruxelles, il 19 dicembre 2008.

Per la Commissione
Mariann FISCHER BOEL
Membro della Commissione

---

[1] GU L 3 del 5.1.2008, pag. 1.
[2] GU L 148 del 6.6.2008, pag. 1.
[3] GU L 147 del 6.6.2008, pag. 3.

ALLEGATO

Gli allegati I, II e III del regolamento (CE) n. 501/2008 sono modificati come segue:

1) l'allegato I è modificato come segue:

a) nella parte A. **ELENCO DEI TEMI E DEI PRODOTTI**, l'undicesimo trattino è sostituito dal seguente:

«— vini a denominazione di origine protetta o a indicazione geografica protetta, vini con indicazione del vitigno,»;

b) nella parte B. **LINEE DIRETTRICI**, la linea direttrice relativa a «VQPRD, VINI DA TAVOLA CON INDICAZIONE GEOGRAFICA» è sostituita dalla seguente:

«VINI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE PROTETTA O A INDICAZIONE GEOGRAFICA PROTETTA, VINI CON INDICAZIONE DEL VITIGNO

1. **Analisi globale della situazione**

A fronte di una produzione di vino abbondante, i consumi sono in ristagno o addirittura in calo per determinate categorie e si assiste a un'offerta crescente in provenienza dai paesi terzi.

2. **Obiettivi**

— Informare i consumatori sulla varietà, la qualità e le condizioni di produzione dei vini della Comunità nonché sui risultati di studi scientifici,

— informare i consumatori sul consumo responsabile delle bevande alcoliche e sui rischi connessi all'abuso di alcol.

3. **Gruppi di destinatari**

— Settore della distribuzione,

— consumatori, escludendo i giovani e gli adolescenti come indicato nella raccomandazione 2001/458/CE del Consiglio (*),

— opinionisti (giornalisti, gastronomi),

— scuole alberghiere.

4. **Messaggi principali**

— La legislazione comunitaria prevede norme rigorose sulla produzione, le indicazioni di qualità, l'etichettatura e la commercializzazione, che garantiscono ai consumatori la qualità e la tracciabilità del prodotto offerto,

— l'attrattiva di poter scegliere tra una vastissima selezione di vini della Comunità di diverse provenienze,

— informazioni sulla viticoltura della Comunità e sui suoi legami con realtà, culture e sapori regionali e locali,

— informazioni sulle abitudini di consumo responsabile di bevande alcoliche e sui danni provocati dall'alcol.

5. **Principali canali di diffusione dei messaggi**

— Azioni di informazione e relazioni pubbliche,

— formazione rivolta ad operatori dei settori della distribuzione e della ristorazione,

— contatti con la stampa specializzata,

— altri strumenti (sito Internet, pieghevoli e opuscoli) per orientare la scelta dei consumatori,

— fiere e mostre: stand che rappresentano i prodotti di vari Stati membri.

6. **Durata dei programmi**

Da 12 a 36 mesi; sono da preferirsi programmi pluriennali che definiscano ad ogni tappa gli obiettivi perseguiti.

(*) GU L 161 del 16.6.2001, pag. 38.»;

2) nell'allegato II, il quinto e il sesto trattino della parte A. **ELENCO DEI PRODOTTI CHE POSSONO BENEFICIARE DI AZIONI PROMOZIONALI** sono sostituiti dai seguenti:

«— vini a denominazione di origine protetta o a indicazione geografica protetta, vini con indicazione del vitigno,

— bevande spiritose a indicazione geografica protetta,»;

3) nell'allegato III, il punto 11 è sostituito dal seguente:

«11. Vini a denominazione di origine protetta o a indicazione geografica protetta, vini con indicazione del vitigno: 12 Mio EUR».