32008R1313

UREDBA KOMISIJE (EZ) br. 1313/2008

od 19. prosinca 2008.

o izmjeni Uredbe (EZ) br. 501/2008 o utvrđivanju detaljnih pravila za primjenu Uredbe Vijeća (EZ) br. 3/2008 o informiranju i promotivnim mjerama za poljoprivredne proizvode na unutarnjem tržištu i u trećim zemljama

KOMISIJA EUROPSKIH ZAJEDNICA,

uzimajući u obzir Ugovor o osnivanju Europske zajednice,

uzimajući u obzir Uredbu Vijeća (EZ) br. 3/2008 od 17. prosinca 2007. o informiranju i promotivnim mjerama za poljoprivredne proizvode na unutarnjem tržištu i u trećim zemljama ([1]), a posebno njezine članke 4., 5. i 15.,

budući da:

(1) Članci 2. i 3. Uredbe (EZ) br. 3/2008, kako su izmijenjeni Uredbom Vijeća (EZ) br. 479/2008 od 29. travnja 2008. o zajedničkoj organizaciji tržišta vina ([2]) predviđaju informativne kampanje o novim oznakama vina Zajednice, odgovornim navikama potrošnje alkohola i štetnosti neodgovorne potrošnje. Uredbu Komisije (EZ) br. 501/2008 ([3]) treba stoga na odgovarajući način izmijeniti.

(2) Prilog I. Uredbi (EZ) br. 501/2008 navodi teme i proizvode i određuje smjernice za promociju na unutarnjem tržištu.

(3) Prilog II. Uredbi (EZ) br. 501/2008 navodi proizvode koji mogu biti predmet promotivnih mjera u trećim zemljama te popis tržišta na kojima se takve mjere mogu provoditi.

(4) Prilog III. Uredbi (EZ) br. 501/2008 određuje okvirne godišnje proračune u različitim sektorima.

(5) S obzirom na izmjene Uredbe (EZ) br. 3/2008, treba na odgovarajući način izmijeniti priloge I., II. i III. Uredbi (EZ) br. 501/2008.

(6) Mjere predviđene ovom Uredbom su u skladu s mišljenjem Upravljačkog odbora za zajedničku organizaciju poljoprivrednih tržišta,

DONIJELA JE OVU UREDBU:

Članak 1.

Prilozi I., II. i III. Uredbi (EZ) br. 501/2008 izmjenjuju se u skladu s Prilogom ovoj Uredbi.

Članak 2.

Ova Uredba stupa na snagu sedmog dana od dana objave u *Službenom listu Europske unije*.

Ova je Uredba u cijelosti obvezujuća i izravno se primjenjuje u svim državama članicama.

Sastavljeno u Bruxellesu 19. prosinca 2008.

Za Komisiju

Mariann FISCHER BOEL

Članica Komisije

([1]) SL L 3, 5.1.2008., str. 1.
([2]) SL L 148, 6.6.2008., str. 1.
([3]) SL L 147, 6.6.2008., str. 3.

PRILOG

Prilozi I., II. i III. Uredbi (EZ) br. 501/2008 mijenjaju se kako slijedi:

1. Prilog I. mijenja se kako slijedi:

(a) U dijelu „A. **POPIS TEMA I PROIZVODA**”, 11. alineja zamjenjuje se sljedećim:

„— Vina s zaštićenim oznakama izvornosti ili zaštićenim oznakama zemljopisnog podrijetla, vina s oznakama sorte vinove loze”;

(b) U dijelu „B. **SMJERNICE**”, smjernica o „KVALITETNA VINA PSR, STOLNA VINA OZNAKOM ZEMLJOPISNOG PODRIJETLA” zamjenjuje se sljedećim:

„VINA SA ZAŠTIĆENIM OZNAKAMA IZVORNOSTI ILI ZAŠTIĆENIM OZNAKAMA ZEMLJOPISNOG PODRIJETLA, VINA S OZNAKOM SORTE VINOVE LOZE

1. **Pregled stanja**

Proizvodnja vina obilna je dok je potrošnja statična ili čak za neke vrste vina u padu, dok ponuda vina iz trećih zemalja raste.

2. **Ciljevi**

— Informiranje potrošača o raznolikosti, kakvoći i uvjetima proizvodnje vina u Zajednici te o rezultatima znanstvenih studija

— Informiranje potrošača o navikama odgovorne potrošnje alkohola i o rizicima zloupotrebe alkohola

3. **Ciljane skupine**

— Distributeri

— Potrošači, osim mladih ljudi i adolescenata na koje se odnosi Preporuka Vijeća 2001/458/EZ (*)

— Stvaratelji javnog mnijenja: novinari, gastronomski stručnjaci

— Obrazovne ustanove u hotelskom i ugostiteljskom sektoru

4. **Glavne poruke**

— Zakonodavstvo Zajednice strogo uređuje proizvodnju, oznake kakvoće, označivanje i stavljanje na tržište, čime se potrošačima osigurava kakvoća i sljedivost ponude vina

— Privlačnost u mogućnosti izbora između velike ponude vina Zajednice različitog podrijetla

— Informacije o kultiviranju vina u Zajednici i njegovoj povezanosti s regionalnim i lokalnim uvjetima, običajima i okusima

— Informacije o navikama odgovorne potrošnje alkohola i štetnim učincima alkohola

5. **Glavni kanali**

— Mjere informiranja i odnosa s javnošću

— Osposobljavanje distributera i ugostitelja

— Kontakti sa specijaliziranim tiskom

— Ostali kanali (internetske stranice, leci i brošure) za usmjeravanje potrošača u njihovu izboru

— Sajmovi i izložbe: štandovi za izlaganje proizvoda više država članica

6. **Trajanje programa**

Dvanaest do 36 mjeseci, uz davanje prednosti višegodišnjim programima koji utvrđuju ciljeve za svaku fazu.

(*) SL L 161, 16.6.2001., str. 38.”

2. U Prilogu II, peta i šesta alineja iz dijela „A. **POPIS PROIZVODA KOJI MOGU BITI OBUHVAĆENI PROMOTIVNIM MJERAMA**” zamjenjuju se sljedećim:

„— Vina sa zaštićenim oznakama izvornosti ili zaštićenim oznakama zemljopisnog podrijetla, vina s oznakom sorte vinove loze

— Žestoka alkoholna pića sa zaštićenim oznakama zemljopisnog podrijetla”.

3. U Prilogu III. točka 11. zamjenjuje se sljedećim:

„11. Vina sa zaštićenim oznakama izvornosti ili zaštićenim oznakama zemljopisnog podrijetla, vina s oznakom sorte vinove loze: 12 milijuna eura.”