I

(Πράξεις για την ισχύ των οποίων απαιτείται δημοσίευση)

ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) αριθ. 1071/2005 ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

της 1ης Ιουλίου 2005

για τις λεπτομέρειες εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 του Συμβουλίου για 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 19 Δεκεμβρίου 2000, για ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης των γεωργικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά [1], και ιδίως το άρθρο 4, το άρθρο 5 παράγραφος 1 και τα άρθρα 6 και 12,

Εκτιμώντας τα ακόλουθα:

(1) Λαμβάνοντας υπόψη την πείρα που αποκτήθηκε κατά τα τελευταία έτη, κρίνεται αναγκαίο να τροποποιηθεί ο κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 94/2002 της Επιτροπής, της 18 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 [2]. Για λόγους σαφήνειας και ορθολογισμού, κρίνεται σκόπιμο να καταργηθεί ο εν λόγω κανονισμός και να αντικατασταθεί από ένα νέο κανονισμό.

(2) Για λόγους ορθής διαχείρισης, πρέπει να προβλεφθούν η κατάρτιση και η περιοδική ενημέρωση του καταλόγου θεμάτων και προϊόντων που αποτελούν αντικείμενο των ενεργειών ενημέρωσης και προώθησης των γεωργικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά και να οριστούν οι εθνικές αρχές που είναι αρμόδιες για την εφαρμογή του κανονισμού, καθώς και η διάρκεια των προγραμμάτων.

(3) Για λόγους πληροφόρησης και προστασίας των καταναλωτών, πρέπει να προβλεφθεί ότι κάθε μήνυμα που αφορά τη διατροφή σχετικά με ένα γεωργικό προϊόν, που προορίζεται για τους καταναλωτές και τους άλλους στόχους στο πλαίσιο των προγραμμάτων, έχει αναγνωρισμένη επιστημονική βάση και ότι είναι αναγνωρισμένες οι πηγές της πληροφόρησης αυτής.

(4) Για την αποφυγή οποιασδήποτε στρέβλωσης του ανταγωνισμού, κρίνεται σκόπιμο να καθοριστούν οι κατευθυντήριες γραμμές και οι γενικοί προσανατολισμοί που πρέπει να ακολουθούνται όσον αφορά τα προϊόντα που αποτελούν αντικείμενο των εκστρατειών ενημέρωσης και προώθησης.

(5) Για λόγους νομικής ασφάλειας, κρίνεται σκόπιμο να διευκρινιστεί ότι τα προτεινόμενα προγράμματα πρέπει να τηρούν ιδίως, το σύνολο της κοινοτικής νομοθεσίας που αφορά τα σχετικά προϊόντα και την εμπορία τους, καθώς και τις εν λόγω κατευθυντήριες γραμμές.

(6) 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, λαμβάνοντας υπόψη ιδίως στην περίπτωση που η προτεινόμενη οργάνωση είναι δημόσιος οργανισμός, τις διατάξεις της οδηγίας 92/50/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 18 Ιουνίου 1992, για τον συντονισμό των διαδικασιών σύναψης δημοσίων συμβάσεων υπηρεσιών [3].

(7) Κρίνεται σκόπιμο να καθοριστούν τα κριτήρια επιλογής των προγραμμάτων από τα κράτη μέλη και τα κριτήρια εξέτασης των προγραμμάτων που επιλέγονται από την Επιτροπή, κατά τρόπο που να διασφαλίζονται η τήρηση των κοινοτικών κανόνων και η αποτελεσματικότητα των προς πραγματοποίηση ενεργειών. Μετά από εξέταση των προγραμμάτων, η Επιτροπή πρέπει να αποφασίσει ποια είναι τα προγράμματα που θα γίνουν αποδεκτά και να καθορίσει τους σχετικούς προϋπολογισμούς.

(8) Σε περίπτωση προγραμμάτων που ενδιαφέρουν περισσότερα του ενός κράτη μέλη, πρέπει να προβλέπονται μέτρα που να εξασφαλίζουν τη διαβούλευση μεταξύ των εν λόγω κρατών μελών για την υποβολή και την εξέταση των προγραμμάτων.

(9) Για λόγους ορθής δημοσιονομικής διαχείρισης, πρέπει να διευκρινίζονται στα προγράμματα οι λεπτομέρειες της χρηματοδοτικής συμμετοχής των κρατών μελών και των οργανώσεων που τα υποβάλλουν.

---

[1] ΕΕ L 328 της 23.12.2000, σ. 2· κανονισμός όπως τροποποιήθηκε τελευταία από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 2060/2004 (ΕΕ L 357 της 2.12.2004, σ. 3).

[2] ΕΕ L 17 της 19.1.2002, σ. 20· κανονισμός όπως τροποποιήθηκε τελευταία από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 422/2005 (ΕΕ L 68 της 15.3.2005, σ. 5).

[3] ΕΕ L 209 της 24.7.1992, σ. 1· οδηγία που καταργήθηκε με ισχύ από τις 31 Ιανουαρίου 2006 από την οδηγία 2004/18/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ L 134 της 30.4.2004, σ. 114).

(10) Οι διάφορες λεπτομέρειες όσον αφορά την τήρηση των υποχρεώσεων που αναλαμβάνονται πρέπει να αποτελούν αντικείμενο συμβάσεων που συνάπτονται μεταξύ των ενδιαφερομένων και των αρμόδιων εθνικών αρχών, εντός εύλογης προθεσμίας, βάσει υποδειγμάτων συμβάσεων που θέτει στη διάθεση των κρατών μελών η Επιτροπή.

(11) Προκειμένου να αποφευχθεί ο κίνδυνος διπλής χρηματοδότησης, δεν πρέπει να είναι επιλέξιμες για στήριξη στο πλαίσιο του κανονισμού αριθ. 2826/2000 οι ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης για τις οποίες έχει ληφθεί στήριξη δυνάμει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1257/1999 του Συμβουλίου, της 17 Μαΐου 1999, για τη στήριξη της αγροτικής ανάπτυξης από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Προσανατολισμού και Εγγυήσεων (ΕΓΤΠΕ) και για την τροποποίηση και κατάργηση ορισμένων κανονισμών ([1]).

(12) Για να διασφαλιστεί η ορθή εκτέλεση της σύμβασης, είναι σκόπιμο το συμβαλλόμενο μέρος να συνιστά υπέρ της αρμόδιας εθνικής αρχής εγγύηση ίση προς το 15 % της συνδρομής της Κοινότητας και των σχετικών κρατών μελών. Για τον ίδιο σκοπό, εγγύηση πρέπει να συνιστάται σε περίπτωση αίτησης προκαταβολής για κάθε ετήσιο στάδιο.

(13) Κρίνεται σκόπιμο να καθοριστούν οι έλεγχοι οι οποίοι πρόκειται να διενεργηθούν από τα κράτη μέλη.

(14) Πρέπει να διευκρινιστεί ότι η εκτέλεση των μέτρων που προβλέπονται στις συμβάσεις αποτελεί πρωτογενή απαίτηση, κατά την έννοια του άρθρου 20 του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2220/1985 της Επιτροπής, της 22ας Ιουλίου 1985, για τον καθορισμό των κοινών λεπτομερειών εφαρμογής του καθεστώτος εγγυήσεων για τα γεωργικά προϊόντα ([2]).

(15) Για τις απαιτήσεις δημοσιονομικής διαχείρισης, είναι απαραίτητο να προβλέπονται οικονομικές κυρώσεις σε περίπτωση μη υποβολής ή μη τήρησης της προθεσμίας υποβολής των αιτήσεων για τις ενδιάμεσες πληρωμές ή σε περίπτωση καθυστέρησης των πληρωμών των κρατών μελών.

(16) Για λόγους ορθής δημοσιονομικής διαχείρισης και για την αποφυγή του κινδύνου να εξαντληθεί με τις προβλεπόμενες πληρωμές 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 % των συνδρομών της Κοινότητας και των κρατών μελών. Για τον ίδιο λόγο, η αίτηση για την καταβολή του υπολοίπου πρέπει να υποβάλλεται στην αρμόδια εθνική αρχή εντός καθορισμένης προθεσμίας.

(17) Κρίνεται σκόπιμο τα κράτη μέλη να ελέγχουν όλο το υλικό ενημέρωσης και προώθησης που παράγεται στο πλαίσιο των προγραμμάτων. Πρέπει επίσης να καθοριστούν οι όροι για τη χρήση του μετά το τέλος των προγραμμάτων.

(18) Βάσει της κτηθείσας πείρας και για την παρακολούθηση της ορθής εκτέλεσης των προγραμμάτων, πρέπει να διευκρινιστούν οι λεπτομέρειες της παρακολούθησης που εξασφαλίζεται από την ομάδα η οποία έχει συσταθεί προς το σκοπό αυτό από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 2826/2000.

(19) Κρίνεται αναγκαίο να ελέγχουν τα κράτη μέλη την εκτέλεση των ενεργειών και να τηρείται ενήμερη η Επιτροπή για τα αποτελέσματα της εφαρμογής των μέτρων επαλήθευσης και ελέγχου που προβλέπονται στον παρόντα κανονισμό. Για την ορθή δημοσιονομική διαχείριση, είναι σκόπιμο να προβλεφθεί συνεργασία μεταξύ των κρατών μελών όταν οι ενέργειες πραγματοποιούνται σε κράτος μέλος άλλο από εκείνο στο οποίο είναι εγκατεστημένη η συμβαλλόμενη αρμόδια οργάνωση.

(20) Για την αποτελεσματική προστασία των οικονομικών συμφερόντων της Κοινότητας, πρέπει να ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα για την καταπολέμηση των απατών και των σοβαρών αμελειών. Προς το σκοπό αυτό, πρέπει να θεσπιστούν επιστροφές και κυρώσεις.

(21) Πρέπει να καθοριστεί σαφώς ότι για τα πολυετή προγράμματα πρέπει να υποβάλλεται έκθεση εσωτερικής αξιολόγησης μετά την ολοκλήρωση κάθε ετησίου σταδίου, ακόμη και στην περίπτωση που δεν έχει υποβληθεί καμία αίτηση πληρωμής.

(22) Το επιτόκιο που πρέπει να καταβάλει ο δικαιούχος της αχρεωστήτως καταβληθείσας πληρωμής πρέπει να ευθυγραμμίζεται προς το επιτόκιο για τις μη αποπληρωθείσες απαιτήσεις κατά την καταληκτική ημερομηνία που αναφέρεται στο άρθρο 86 του κανονισμού (ΕΚ, Ευρατόμ) αριθ. 2342/2002 της Επιτροπής, της 23 Δεκεμβρίου 2002, για τη θέσπιση των κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ, Ευρατόμ) αριθ. 1605/2002 του Συμβουλίου για τη θέσπιση του δημοσιονομικού κανονισμού που εφαρμόζεται στο γενικό προϋπολογισμό των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων ([3]).

(23) Προκειμένου να διευκολυνθεί η μετάβαση από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 94/2002 προς τον παρόντα κανονισμό, πρέπει να ληφθούν μεταβατικά μέτρα για τα προγράμματα ενημέρωσης και προώθησης των οποίων η χρηματοδότηση αποφασίστηκε από την Επιτροπή πριν από την έναρξη ισχύος του παρόντος κανονισμού.

(24) Τα μέτρα που προβλέπονται στον παρόντα κανονισμό είναι σύμφωνα με τη γνώμη της κοινής επιτροπής διαχείρισης «προώθηση γεωργικών προϊόντων»,

([1]) ΕΕ L 160 της 26.6.1999, σ. 80· κανονισμός όπως τροποποιήθηκε τελευταία από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 2223/2004 (ΕΕ L 379 της 24.12.2004, σ. 1).

([2]) ΕΕ L 205 της 3.8.1985, σ. 5· κανονισμός όπως τροποποιήθηκε τελευταία από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 673/2004 (ΕΕ L 105 της 14.4.2004, σ. 17).

([3]) ΕΕ L 357 της 31.12.2002, σ. 1.

ΕΞΕΔΩΣΕ ΤΟΝ ΠΑΡΟΝΤΑ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟ:

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

Άρθρο 1

Αντικείμενο και ορισμός

Ο παρών κανονισμός καθορίζει τις λεπτομέρειες εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000, ιδίως όσον αφορά την κατάρτιση, την επιλογή, την εφαρμογή, τη χρηματοδότηση και τον έλεγχο των προγραμμάτων που αναφέρονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 του εν λόγω κανονισμού, καθώς και τους κανόνες που εφαρμόζονται στα προγράμματα που συγχρηματοδοτούνται από τα κράτη μέλη και την Κοινότητα τα οποία αναφέρονται στο άρθρο 7 παράγραφος 1 του εν λόγω κανονισμού.

Ως «πρόγραμμα» νοείται ένα σύνολο συνεκτικών ενεργειών επαρκούς εμβέλειας για τη συμβολή στην αύξηση της ενημέρωσης όσον αφορά τα σχετικά προϊόντα, καθώς και τη διάθεσή τους.

Άρθρο 2

Ορισμός των αρμοδίων αρχών

Τα κράτη μέλη ορίζουν τις αρμόδιες αρχές που είναι επιφορτισμένες με την εφαρμογή του παρόντος κανονισμού (στο εξής «αρμόδιες εθνικές αρχές»).

Κοινοποιούν στην Επιτροπή τις ονομασίες και τα πλήρη στοιχεία των αρχών που ορίστηκαν, καθώς και οποιαδήποτε σχετική τροποποίηση.

Η Επιτροπή θέτει τα στοιχεία αυτά στη διάθεση του κοινού με την ενδεδειγμένη μορφή.

Άρθρο 3

Διάρκεια των προγραμμάτων

Τα προγράμματα υλοποιούνται σε περίοδο τουλάχιστον ενός έτους και το πολύ τριών ετών από την ημερομηνία έναρξης ισχύος της σύμβασης που αναφέρεται στο άρθρο 11 παράγραφος 1.

Άρθρο 4

Χαρακτηριστικά των μηνυμάτων ενημέρωσης και προώθησης που διαδίδονται στο πλαίσιο των προγραμμάτων

1. Για να πληρούνται τα κριτήρια που αναφέρονται στο άρθρο 3 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000, κάθε μήνυμα ενημέρωσης ή προώθησης που προορίζεται για τους καταναλωτές και τους άλλους στόχους στο πλαίσιο προγραμμάτων (στο εξής «το μήνυμα») βασίζεται στις εγγενείς ιδιότητες του σχετικού προϊόντος ή 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 μίας ενέργειας ενημέρωσης ή προώθησης, στην περίπτωση που πρόκειται για ονομασία που έχει δοθεί βάσει της κοινοτικής νομοθεσίας ή για πρότυπο προϊόν που είναι αναγκαίο για την ανάδειξη των ενεργειών ενημέρωσης ή προώθησης.

3. Στα μηνύματα προς διάδοση, οποιαδήποτε αναφορά στις επιπτώσεις στην υγεία από την κατανάλωση των συγκεκριμένων προϊόντων βασίζεται σε επιστημονικά δεδομένα ευρέως αναγνωρισμένα.

Τα μηνύματα στα οποία γίνεται αναφορά στις εν λόγω επιπτώσεις πρέπει να γίνουν αποδεκτά από την αρμόδια εθνική αρχή για θέματα δημόσιας υγείας.

Η επαγγελματική ή η διεπαγγελματική οργάνωση που αναφέρεται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 και η οποία προτείνει ένα πρόγραμμα, θέτει στη διάθεση του σχετικού κράτους μέλους και της Επιτροπής τον κατάλογο των επιστημονικών μελετών και των γνωμοδοτήσεων των εγκεκριμένων επιστημονικών ιδρυμάτων στις οποίες βασίζονται τα μηνύματα του προγράμματος όπου γίνεται αναφορά στις επιπτώσεις στην υγεία.

Άρθρο 5

Κατάλογος θεμάτων και προϊόντων

Ο κατάλογος θεμάτων και προϊόντων που αναφέρεται στο άρθρο 3 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 περιλαμβάνεται στο παράρτημα I του παρόντος κανονισμού.

Ο εν λόγω κατάλογος ενημερώνεται ανά διετία, το αργότερο στις 31 Μαρτίου.

Άρθρο 6

Προγράμματα που συγχρηματοδοτούνται από τα κράτη μέλη και την Κοινότητα

Στην περίπτωση εφαρμογής του άρθρου 7 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000, εφαρμόζεται η διαδικασία που προβλέπεται στο άρθρο 8 παράγραφοι 1, 2 και 3 του παρόντος κανονισμού, καθώς και στα άρθρα 10 μέχρι 19 του παρόντος κανονισμού.

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

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΠΟΥ ΑΝΑΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟ ΑΡΘΡΟ 6 ΤΟΥ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ (ΕΚ) ΑΡΙΘ. 2826/2000

Άρθρο 7

Υποβολή των προγραμμάτων και εκ των προτέρων επιλογή από τα κράτη μέλη

1. Για την υλοποίηση των ενεργειών που αποτελούν μέρος των προγραμμάτων, το ενδιαφερόμενο κράτος μέλος διενεργεί κάθε έτος πρόσκληση υποβολής προτάσεων.

Το αργότερο στις 30 Νοεμβρίου, οι επαγγελματικές ή διεπαγγελματικές οργανώσεις της Κοινότητας, αντιπροσωπευτικές των σχετικών τομέων, (στο εξής «προτείνουσες οργανώσεις») υποβάλουν τα προγράμματά τους στο κράτος μέλος.

Τα προγράμματα αυτά υποβάλλονται υπό τη μορφή που ορίστηκε από την Επιτροπή και η οποία είναι διαθέσιμη στον ιστότοπό της στο διαδίκτυο. Επισυνάπτεται στις προσκλήσεις υποβολής προτάσεων που αναφέρονται στο πρώτο εδάφιο.

2. Τα προγράμματα που υποβάλλονται σύμφωνα με την παράγραφο 1 τηρούν:

α) την κοινοτική νομοθεσία για τα σχετικά προϊόντα και την εμπορία τους·

β) τις κατευθυντήριες γραμμές για την προώθηση στην εσωτερική αγορά, που αναφέρονται στο άρθρο 5 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 και παρατίθενται στο παράρτημα ΙΙ του παρόντος κανονισμού·

γ) τη συγγραφή υποχρεώσεων που περιλαμβάνει τα κριτήρια αποκλεισμού, επιλογής και ανάθεσης που διανέμεται για το σκοπό αυτό από τα ενδιαφερόμενα κράτη μέλη.

Τα προγράμματα πρέπει να έχουν αναπτυχθεί επαρκώς ώστε να μπορούν να αξιολογηθούν η συμμόρφωσή τους με την ισχύουσα νομοθεσία και η σχέση κόστους/αποτελεσματικότητας.

Τα κράτη μέλη καταρτίζουν τον προσωρινό κατάλογο των προγραμμάτων που επιλέγουν βάσει κριτηρίων που καθορίζονται στη συγγραφή υποχρεώσεων που αναφέρονται στο πρώτο εδάφιο στοιχείο γ).

3. Για την εφαρμογή των εν λόγω προγραμμάτων, κάθε προτείνουσα οργάνωση επιλέγει, μετά από διαγωνισμό βάσει ενδεδειγμένων και ελεγμένων από το κράτος μέλος μέσων, έναν ή περισσοτέρους οργανισμούς εκτέλεσης. Σε περίπτωση που η επιλογή αυτή πραγματοποιήθηκε πριν την υποβολή του προγράμματος, ο οργανισμός εκτέλεσης μπορεί να συμμετάσχει στην εκπόνηση του προγράμματος αυτού.

4. Στην περίπτωση προγράμματος που ενδιαφέρει περισσότερα του ενός κράτη μέλη, τα σχετικά κράτη μέλη συνεννοούνται μεταξύ τους για την επιλογή του προγράμματος και ενός κράτους μέλους συντονιστή. Δεσμεύονται ιδίως να συμμετάσχουν στη χρηματοδότησή τους σύμφωνα με το άρθρο 10 παράγραφος 2 και να καθιερώσουν μεταξύ τους διοικητική συνεργασία ώστε να διευκολυνθεί η παρακολούθηση, η εκτέλεση και ο έλεγχος των προγραμμάτων.

Άρθρο 8

Επιλογή των προγραμμάτων από την Επιτροπή

1. Κάθε έτος, το αργότερο στις 15 Φεβρουαρίου, τα κράτη μέλη ανακοινώνουν στην Επιτροπή τον κατάλογο που αναφέρεται στο άρθρο 7 παράγραφος 2 και, ενδεχομένως, τον κατάλογο των οργανισμών εκτέλεσης που έχουν επιλέξει, εφόσον έχουν ήδη επιλεγεί σύμφωνα με το άρθρο 7 παράγραφος 3, καθώς και αντίγραφο των εν λόγω προγραμμάτων.

Στην περίπτωση που τα προγράμματα ενδιαφέρουν περισσότερο του ενός κράτη μέλη, η ανακοίνωση αυτή πραγματοποιείται με κοινή συμφωνία των συγκεκριμένων κρατών μελών.

2. Σε περίπτωση που η Επιτροπή διαπιστώσει ότι ολόκληρο ή τμήμα ενός προγράμματος δεν είναι σύμφωνο με την κοινοτική νομοθεσία ή τις κατευθυντήριες γραμμές για την προώθηση στην εσωτερική αγορά, εντός εξήντα ημερολογιακών ημερών από την παραλαβή του καταλόγου που αναφέρεται στο άρθρο 7 παράγραφος 2, ενημερώνει τα συγκεκριμένα κράτη μέλη για τη μη επιλεξιμότητα ολόκληρου του εν λόγω προγράμματος ή του τμήματός του.

3. Σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 3 τρίτο εδάφιο του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000, τα κράτη μέλη διαβιβάζουν τα αναθεωρημένα προγράμματα στην Επιτροπή, εντός προθεσμίας τριάντα ημερολογιακών ημερών από την ενημέρωση που αναφέρεται στην παράγραφο 2 του παρόντος άρθρου.

Μετά την εξέταση των αναθεωρημένων προγραμμάτων, η Επιτροπή αποφασίζει, το αργότερο έως τις 30 Ιουνίου, ποια προγράμματα μπορεί να συγχρηματοδοτήσει στο πλαίσιο των ενδεικτικών προϋπολογισμών που παρατίθενται στο παράρτημα ΙΙ του παρόντος κανονισμού, σύμφωνα με τη διαδικασία που αναφέρεται στο άρθρο 13 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000.

4. Η προτείνουσα οργάνωση είναι υπεύθυνη για την ορθή εκτέλεση και διαχείριση του προγράμματος που έχει επιλεγεί.

Άρθρο 9

Έγκριση των οργανισμών εκτέλεσης

1. Η επιλογή του οργανισμού εκτέλεσης σύμφωνα με το άρθρο 7 παράγραφος 3 εγκρίνεται από το κράτος μέλος το οποίο ενημερώνει την Επιτροπή σχετικά πριν από την υπογραφή της σύμβασης που αναφέρεται στο άρθρο 11 παράγραφος 1.

Το κράτος μέλος επαληθεύει ότι ο οργανισμός εκτέλεσης που έχει επιλεγεί διαθέτει τα χρηματοδοτικά και τεχνικά μέσα για να εξασφαλίσει την αποτελεσματικότερη εκτέλεση των ενεργειών, σύμφωνα με το άρθρο 10 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000. Ενημερώνει την Επιτροπή σχετικά με τη διαδικασία που ακολουθήθηκε για το σκοπό αυτό.

2. Η προτεινουσα οργάνωση μπορεί να εφαρμόσει ορισμένα τμήματα ενός προγράμματος, όπως προβλέπεται στο άρθρο 6 παράγραφος 5 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000, μόνο υπό τους ακόλουθους όρους:

α) η πρόταση εφαρμογής να είναι σύμφωνη με τις διατάξεις του άρθρου 10 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000·

β) η προτεινουσα οργάνωση να διαθέτει πείρα τουλάχιστον πέντε ετών στην εκτέλεση του ίδιου αυτού είδους ενεργειών·

γ) το τμήμα του προγράμματος που υλοποιείται από την προτεινουσα οργάνωση να μην αντιπροσωπεύει πάνω από 50 % του συνολικού κόστους του προγράμματος, εκτός από τις δεόντως αιτιολογημένες περιπτώσεις και μετά από γραπτή έγκριση της Επιτροπής·

δ) η προτεινουσα οργάνωση εξασφαλίζει ότι το κόστος των ενεργειών που σκοπεύει να πραγματοποιήσει δεν είναι υψηλότερο από τις συνήθεις τιμές της αγοράς.

Το κράτος μέλος επαληθεύει ότι τηρούνται οι εν λόγω όροι.

3. Σε περίπτωση που η προτεινουσα οργάνωση είναι οργανισμός δημοσίου δικαίου κατά την έννοια του άρθρου 1 στοιχείο β) δεύτερο εδάφιο της οδηγίας 92/50/ΕΟΚ, τα κράτη μέλη λαμβάνουν τα αναγκαία μέτρα ώστε οι αναθέτουσες αρχές να επιβάλουν την τήρηση των διατάξεων της οδηγίας αυτής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Άρθρο 10

Χρηματοδοτικές συμμετοχές

1. Η χρηματοδοτική συμμετοχή της Κοινότητας καταβάλλεται στα σχετικά κράτη μέλη.

2. Σε περίπτωση που περισσότερα κράτη μέλη συμμετέχουν στη χρηματοδότηση ενός προγράμματος, το μερίδιό τους συμπληρώνει τη χρηματοδοτική συμμετοχή της προτεινουσας οργάνωσης που βρίσκεται στα αντίστοιχα εδάφη τους. Στην περίπτωση αυτή, με την επιφύλαξη του άρθρου 9 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 282672000, η χρηματοδότηση της Κοινότητας δεν υπερβαίνει το 50 % του συνολικού κόστους του προγράμματος.

3. Οι χρηματοδοτικές συμμετοχές που προβλέπονται στο άρθρο 9 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 πρέπει να υποβάλλονται στο πρόγραμμα που κοινοποιείται στην Επιτροπή.

4. Για τις δραστηριότητες ενημέρωσης και προώθησης για τις οποίες λαμβάνεται ενίσχυση δυνάμει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1257/1999 δεν μπορεί να ληφθεί κοινοτική χρηματοδοτική συνδρομή δυνάμει του παρόντος κανονισμού.

Άρθρο 11

Σύναψη συμβάσεων και σύσταση εγγυήσεων

1. Αμέσως μετά την έγκριση της απόφασης της Επιτροπής η οποία αναφέρεται στο άρθρο 8 παράγραφος 3, κάθε προτεινουσα οργάνωση ενημερώνεται από το κράτος μέλος για τη συνέχεια που έχει δοθεί στην αίτησή της.

Τα κράτη μέλη συνάπτουν συμβάσεις με τις προτεινουσες οργανώσεις που έχουν επιλεγεί εντός προθεσμίας ενενήντα ημερολογιακών ημερών μετά την κοινοποίηση της απόφασης της Επιτροπής που αναφέρεται στο άρθρο 8 παράγραφος 3. Μετά τη λήξη της προθεσμίας αυτής δεν μπορεί να συναφθεί καμία σύμβαση χωρίς προηγούμενη έγκριση της Επιτροπής.

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

Ενδεχομένως, τα κράτη μέλη μπορούν να τροποποιήσουν ορισμένους όρους των υποδειγμάτων συμβάσεων για να ληφθούν υπόψη εθνικοί κανόνες, μόνο στο μέτρο που αυτό δεν θίγει την κοινοτική νομοθεσία.

3. Η σύμβαση δύναται να συναφθεί από τα δύο μέρη μόνο μετά τη σύσταση, εκ μέρους της προτεινουσας οργάνωσης υπέρ του κράτους μέλους, σύμφωνα με τους όρους που προβλέπονται στον τίτλο III του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2220/85, εγγύησης ίσης με το 15 % του ετήσιου ανώτατου ποσού της κοινοτικής χρηματοδότησης και από τα οικεία κράτη μέλη ώστε να διασφαλίζεται η ορθή εκτέλεση της σύμβασης.

Ωστόσο, εάν η συμβαλλόμενη οργάνωση είναι οργανισμός δημοσίου δικαίου ή εάν ενεργεί υπό την εποπτεία του εν λόγω οργανισμού, δύναται να γίνει δεκτή από την αρμόδια εθνική αρχή γραπτή εγγύηση της εποπτεύουσας αρχής που να καλύπτει το ποσοστό που προβλέπεται στο πρώτο εδάφιο, εφόσον η εν λόγω εποπτεύουσα αρχή αναλαμβάνει:

α) την υποχρέωση να μεριμνά για την ορθή εκτέλεση των ανειλημμένων υποχρεώσεων·

β) τον έλεγχο της ορθής χρησιμοποίησης των ποσών που λαμβάνονται για την εκτέλεση των ανειλημμένων υποχρεώσεων.

Η απόδειξη της σύστασης της εν λόγω εγγύησης πρέπει να περιέλθει στο κράτος μέλος πριν από τη λήξη της προθεσμίας που αναφέρεται στην παράγραφο 1.

4. Η πρωτογενής απαίτηση κατά την έννοια του άρθρου 20 του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2220/85 είναι η εκτέλεση των μέτρων που προβλέπονται στη σύμβαση.

5. Το κράτος μέλος διαβιβάζει αμέσως στην Επιτροπή αντίγραφο της σύμβασης και την απόδειξη για τη σύσταση της εγγύησης.

Το κράτος μέλος κοινοποιεί επίσης στην Επιτροπή αντίγραφο της σύμβασης που έχει συνάψει η επιλεγείσα προτείνουσα οργάνωση με τον οργανισμό εκτέλεσης. Η σύμβαση αυτή προβλέπει την υποχρέωση του οργανισμού εκτέλεσης να υπόκειται στους ελέγχους που προβλέπονται στο άρθρο 20.

Άρθρο 12

Καθεστώς προκαταβολών

1. Εντός τριάντα ημερολογιακών ημερών από την ημερομηνία υπογραφής της σύμβασης που αναφέρεται στο άρθρο 11 παράγραφος 1 και σε περίπτωση πολυετών προγραμμάτων εντός τριάντα ημερών μετά την αρχή κάθε περιόδου των δώδεκα μηνών, η συμβαλλόμενη οργάνωση δύναται να υποβάλει στο κράτος μέλος αίτηση για προκαταβολή συνοδευόμενη από την εγγύηση που προβλέπεται στην παράγραφο 3 του παρόντος άρθρου. Μετά τη λήξη της προθεσμίας αυτής, δεν είναι πλέον δυνατόν να ζητηθεί προκαταβολή.

Η προκαταβολή δύναται να καλύπτει το πολύ 30 % του ποσού της ετήσιας κοινοτικής συμμετοχής, καθώς και εκείνης του ή των οικείων κρατών μελών, όπως αναφέρεται αντιστοίχως στις παραγράφους 2 και 3 του άρθρου 9 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000.

2. Η πληρωμή μιας προκαταβολής από το κράτος μέλος λαμβάνει 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].

3. Η πληρωμή μιας προκαταβολής υπόκειται στη σύσταση εγγύησης από τη συμβαλλόμενη οργάνωση υπέρ του κράτους μέλους, ποσού ίσου με το 110 % της εν λόγω προκαταβολής, σύμφωνα με τους όρους του τίτλου ΙΙΙ του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2220/85. Το κράτος μέλος διαβιβάζει αμέσως στην Επιτροπή αντίγραφο κάθε αίτησης προκαταβολής και απόδειξη της σύστασης της αντίστοιχης εγγύησης.

Ωστόσο, εάν η συμβαλλόμενη οργάνωση είναι οργανισμός δημοσίου δικαίου ή ενεργεί υπό την εποπτεία του εν λόγω οργανισμού, δύναται να γίνει δεκτή από την αρμόδια εθνική αρχή γραπτή εγγύηση της εποπτεύουσας αρχής που να καλύπτει το ποσοστό που προβλέπεται στο πρώτο εδάφιο, εφόσον η εν λόγω εποπτεύουσα αρχή αναλαμβάνει να καταβάλει το ποσό που καλύπτει η εγγύηση σε περίπτωση που δεν θεμελιώνεται το δικαίωμα για το προκαταβληθέν ποσό.

Άρθρο 13

Ενδιάμεσες πληρωμές

1. Οι αιτήσεις για τις ενδιάμεσες πληρωμές της κοινοτικής συνδρομής και της συνδρομής των κρατών μελών υποβάλλονται από τις προτείνουσες οργανώσεις στα κράτη μέλη πριν από το τέλος του ημερολογιακού μήνα που ακολουθεί εκείνο της λήξης κάθε τρίμηνης περιόδου, υπολογιζόμενης από την ημερομηνία υπογραφής της σύμβασης που αναφέρεται στο άρθρο 11 παράγραφος 1.

Οι αιτήσεις αυτές αφορούν τις δαπάνες που έχουν πραγματοποιηθεί κατά τη διάρκεια της εν λόγω τρίμηνης περιόδου. Συνοδεύονται από ανακεφαλαιωτική οικονομική κατάσταση, αντίγραφα τιμολογίων και τα σχετικά δικαιολογητικά έγγραφα, καθώς και από ενδιάμεση έκθεση εκτέλεσης της σύμβασης για την σχετική τριμηνιαία περίοδο (στο εξής «τριμηνιαία έκθεση»). Σε περίπτωση που δεν έχει πραγματοποιηθεί καμία πληρωμή ή καμία δραστηριότητα κατά τη διάρκεια της εν λόγω τρίμηνης περιόδου, τα έγγραφα αυτά διαβιβάζονται στην αρμόδια εθνική αρχή εντός της προθεσμίας που αναφέρεται στο πρώτο εδάφιο.

Εκτός από περιπτώσεις ανωτέρας βίας, η καθυστερημένη υποβολή μιας αίτησης ενδιάμεσης πληρωμής συνοδευόμενη από τα έγγραφα που αναφέρονται στο δεύτερο εδάφιο συνεπάγεται μείωση της πληρωμής κατά 3 % ανά ολόκληρο μήνα καθυστέρησης.

2. Η καταβολή των ενδιάμεσων πληρωμών υπόκειται στον έλεγχο από το κράτος μέλος των εγγράφων που αναφέρονται στην παράγραφο 1 δεύτερο εδάφιο.

3. Οι ενδιάμεσες πληρωμές και η πληρωμή των προκαταβολών που αναφέρονται στο άρθρο 12 δεν μπορούν να υπερβαίνουν συνολικά το 80 % του συνόλου της ετήσιας χρηματοδοτικής συνδρομής της Κοινότητας και των σχετικών κρατών μελών που αναφέρονται αντιστοίχως στις παραγράφους 2 και 3 του άρθρου 9 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000. Εφόσον το επίπεδο αυτό καλυφθεί, δεν υποβάλλεται καμία νέα αίτηση για ενδιάμεση πληρωμή.

Άρθρο 14

Πληρωμή του υπολοίπου

1. Η αίτηση για την πληρωμή του υπολοίπου υποβάλλεται από την προτείνουσα οργάνωση στο κράτος μέλος εντός προθεσμίας τεσσάρων μηνών από την ημερομηνία ολοκλήρωσης των ετήσιων ενεργειών οι οποίες προβλέπονται στη σύμβαση που αναφέρεται στο άρθρο 11 παράγραφος 1.

[1] ΕΕ L 39 της 17.2.1996, σ. 5· κανονισμός όπως τροποποιήθηκε τελευταία από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 605/2005 (ΕΕ L 100 της 20.4.2005, σ. 11).

Για να μπορεί να γίνει αποδεκτή, η αίτηση πρέπει να συνοδεύεται από έκθεση (στο εξής «ετήσια έκθεση») που αποτελείται από:

α) ανακεφαλαιωτική κατάσταση των ενεργειών που υλοποιήθηκαν και αξιολόγηση των διαπιστωθέντων αποτελεσμάτων κατά την ημερομηνία της έκθεσης·

β) ανακεφαλαιωτική οικονομική κατάσταση στην οποία εμφαίνονται οι προβλεπόμενες και πραγματοποιηθείσες δαπάνες,

Η ετήσια έκθεση συνοδεύεται από αντίγραφα των τιμολογίων και δικαιολογητικά έγγραφα που αφορούν τις πραγματοποιηθείσες δαπάνες.

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

2. Η πληρωμή του υπολοίπου υπόκειται στον έλεγχο από το κράτος μέλος των τιμολογίων και των εγγράφων που αναφέρονται στην παράγραφο 1 τρίτο εδάφιο.

Σε περίπτωση μη τήρησης της πρωτογενούς απαίτησης του άρθρου 11 παράγραφος 4, το υπόλοιπο μειώνεται ανάλογα με τη βαρύτητα των αθετηθέντων.

Άρθρο 15

Πληρωμές από τα κράτη μέλη

Το κράτος μέλος διενεργεί τις πληρωμές που προβλέπονται στα άρθρα 13 και 14 εντός προθεσμίας εξήντα ημερολογιακών ημερών που υπολογίζονται από την παραλαβή της αίτησης πληρωμής.

Ωστόσο, η εν λόγω προθεσμία δύναται να ανασταλεί, ανά πάσα στιγμή της περιόδου των εξήντα ημερών μετά την αρχική καταχώρηση της αίτησης πληρωμής, με κοινοποίηση στην συμβαλλόμενη οργάνωση πιστωτή ότι η αίτηση 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 ή από την ημερομηνία των επαληθεύσεων που διενεργούνται από το κράτος μέλος οι οποίες πρέπει να διαβιβάζονται ή να διενεργούνται αντιστοίχως, εντός προθεσμίας τριάντα ημερολογιακών ημερών από την κοινοποίηση.

Εκτός από περιπτώσεις ανωτέρας βίας, οποιαδήποτε καθυστέρηση των ανωτέρω πληρωμών συνεπάγεται μείωση του ποσού της μηνιαίας προκαταβολής που καταβάλλεται από την Επιτροπή στο κράτος μέλος, σύμφωνα με τους κανόνες που προβλέπονται στο άρθρο 4 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 296/96.

Άρθρο 16

Εγγυήσεις

1. Η εγγύηση που αναφέρεται στο άρθρο 12 παράγραφος 3 αποδεσμεύεται στο μέτρο που θεμελιώνεται το οριστικό δικαίωμα για το προκαταβληθέν ποσό από το σχετικό κράτος μέλος.

2. Η εγγύηση που προβλέπεται στο άρθρο 11 παράγραφος 3 πρέπει να ισχύει έως την καταβολή του υπολοίπου και να αποδεσμεύεται με επιστολή απαλλαγής της αρμόδιας εθνικής αρχής.

Η αποδέσμευση της εγγύησης πραγματοποιείται εντός των προθεσμιών και σύμφωνα με τους όρους του άρθρου 15 για την καταβολή του υπολοίπου.

3. Οι εγγυήσεις που έχουν καταπέσει, καθώς και τα επιβληθέντα πρόστιμα αφαιρούνται από τις δαπάνες που έχουν δηλωθεί στο Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Προσανατολισμού και Εγγυήσεων (ΕΓΤΠΕ) — Τμήμα Εγγυήσεων, για το μέρος που αντιστοιχεί στην κοινοτική χρηματοδότηση.

Άρθρο 17

Έγγραφα που διαβιβάζονται στην Επιτροπή

1. Η ετήσια έκθεση υποβάλλεται μετά την ολοκλήρωση κάθε ετησίου σταδίου, ακόμη και όταν δεν υποβάλλεται καμία αίτηση καταβολής υπολοίπου.

2. Το κράτος μέλος διαβιβάζει στην Επιτροπή εντός τριάντα ημερολογιακών ημερών μετά την καταβολή του υπολοίπου, που αναφέρεται στο άρθρο 14 παράγραφος 2, τις ανακεφαλαιωτικές καταστάσεις που αναφέρονται στο άρθρο 14 παράγραφος 1 δεύτερο εδάφιο στοιχεία α) και β).

3. Το κράτος μέλος διαβιβάζει στην Επιτροπή, δύο φορές ανά έτος, τις αναγκαίες τριμηνιαίες εκθέσεις για τις ενδιάμεσες πληρωμές σύμφωνα με το άρθρο 13.

Οι εκθέσεις που αφορούν τα δύο πρώτα τρίμηνα αποστέλλονται εντός προθεσμίας εξήντα ημερολογιακών ημερών από την παραλαβή της δεύτερης τριμηνιαίας έκθεσης από το κράτος μέλος και οι εκθέσεις που αφορούν τα δύο τελευταία τρίμηνα συνοδεύουν τις ανακεφαλαιωτικές καταστάσεις που αναφέρονται στην παράγραφο 2 του παρόντος άρθρου.

Η ετήσια έκθεση που αφορά το σχετικό έτος μπορεί να περιλαμβάνει την τριμηνιαία έκθεση του τέταρτου τετραμήνου.

4. Εντός προθεσμίας τριάντα ημερολογιακών ημερών από την καταβολή του υπολοίπου, το κράτος μέλος διαβιβάζει στην Επιτροπή οικονομικό απολογισμό των δαπανών που πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο της σύμβασης, υπό τη μορφή που καθορίστηκε από την Επιτροπή και διαβιβάστηκε στα κράτη μέλη. Ο εν λόγω απολογισμός συνοδεύεται από αιτιολογημένη γνώμη του κράτους μέλους σχετικά με την εκτέλεση των εργασιών που προβλέπονταν για το σχετικό στάδιο.

Επιπλέον, ο απολογισμός επιβεβαιώνει ότι, μετά τους πραγματοποιηθέντες ελέγχους βάσει του άρθρου 13 παράγραφος 2 και του άρθρο 14 παράγραφος 2, όλες οι δαπάνες πρέπει να θεωρηθούν επιλέξιμες σύμφωνα με τους όρους της σύμβασης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΙ

Άρθρο 18

Χρήση του υλικού

1. Τα κράτη μέλη ελέγχουν τη συμμόρφωση με την κοινοτική νομοθεσία του υλικού ενημέρωσης και προώθησης που παράχθηκε ή χρησιμοποιήθηκε στο πλαίσιο των προγραμμάτων για τα οποία χορηγείται χρηματοδότηση δυνάμει του παρόντος κανονισμού.

Διαβιβάζουν στην Επιτροπή τον κατάλογο των εγκεκριμένων υλικών.

2. Το υλικό που παράχθηκε και χρηματοδοτήθηκε στο πλαίσιο προγράμματος που αναφέρεται στην παράγραφο 1, συμπεριλαμβάνοντας τις γραφικές, οπτικές και οπτικοακουστικές δημιουργίες, καθώς και τους ιστότοπους, μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο μεταγενέστερων χρήσεων μέσω εκ των προτέρων γραπτής έγκρισης της Επιτροπής, των σχετικών οργανώσεων υποβολής προγράμματος και των κρατών μελών που συμβάλλουν στη χρηματοδότηση του προγράμματος, λαμβάνοντας υπόψη τα δικαιώματα των συμβαλλόμενων μερών που προκύπτουν από το εθνικό δίκαιο το οποίο διέπει τη σύμβαση.

Άρθρο 19

Παρακολούθηση των προγραμμάτων

1. Η ομάδα παρακολούθησης που προβλέπεται στο άρθρο 10 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 συνεδριάζει τακτικά για να παρακολουθεί την εξέλιξη των διαφόρων προγραμμάτων που τυγχάνουν χρηματοδότησης στο πλαίσιο του παρόντος κανονισμού.

Προς το σκοπό αυτό, η ομάδα παρακολούθησης ενημερώνεται, για κάθε πρόγραμμα, για το χρονοδιάγραμμα των προβλεπόμενων ενεργειών, τις τριμηνιαίες και ετήσιες εκθέσεις καθώς και για τα αποτελέσματα των ελέγχων που πραγματοποιήθηκαν, κατ' εφαρμογή των άρθρων 13, 14 και 20 του παρόντος κανονισμού.

Πρόεδρος της ομάδας είναι αντιπρόσωπος του σχετικού κράτους μέλους. Σε περίπτωση προγραμμάτων που ενδιαφέρουν περισσότερα του ενός κράτη μέλη, ο πρόεδρος είναι εκπρόσωπος που ορίζεται από τα σχετικά κράτη μέλη.

2. Οι υπάλληλοι και το λοιπό προσωπικό της Επιτροπής μπορούν να συμμετάσχουν στις δραστηριότητες που οργανώνονται στο πλαίσιο προγράμματος το οποίο τυγχάνει χρηματοδότησης στο πλαίσιο του παρόντος κανονισμού.

Άρθρο 20

Έλεγχοι που πραγματοποιούνται από τα κράτη μέλη

1. Το σχετικό κράτος μέλος καθορίζει τα καταλληλότερα μέσα για την εξασφάλιση του ελέγχου των προγραμμάτων και των ενεργειών που τυγχάνουν χρηματοδότησης στο πλαίσιο του παρόντος κανονισμού και ενημερώνει την Επιτροπή σχετικά.

Οι έλεγχοι διενεργούνται κάθε έτος, τουλάχιστον στο 20 % των προγραμμάτων που ολοκληρώθηκαν κατά τη διάρκεια του προηγούμενου έτους, με κατώτατο όριο δύο προγράμματα, και αφορούν τουλάχιστον 20 % του συνολικού προϋπολογισμού των εν λόγω προγραμμάτων που ολοκληρώθηκαν κατά τη διάρκεια του προηγούμενου έτους. Η δειγματοληψία για την επιλογή των προγραμμάτων πραγματοποιείται βάσει ανάλυσης κινδύνου.

Το κράτος μέλος διαβιβάζει στην Επιτροπή έκθεση για κάθε πρόγραμμα που ελέγχεται και περιγράφει τα αποτελέσματα των ελέγχων που πραγματοποιήθηκαν, καθώς και τις ανωμαλίες που διαπιστώθηκαν. Η έκθεση αυτή διαβιβάζεται αμέσως μετά την ολοκλήρωσή της.

2. Το κράτος μέλος λαμβάνει τα αναγκαία μέτρα προκειμένου να εξακριβώσει, ιδίως με τεχνικούς και λογιστικούς ελέγχους στην συμβαλλόμενη οργάνωση και στον οργανισμό εκτέλεσης:

α) την ακρίβεια των πληροφοριών και των δικαιολογητικών εγγράφων που παρασχέθηκαν·

β) την εκπλήρωση όλων των υποχρεώσεων που απορρέουν από τη σύμβαση που αναφέρεται στο άρθρο 11 παράγραφος 1.

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.

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

[1] ΕΕ L 67 της 14.3.1991, σ. 11.

4. Η Επιτροπή δύναται, ανά πάσα στιγμή, να συμμετάσχει στους ελέγχους που αναφέρονται στις παραγράφους 1 έως 3. Προς το σκοπό αυτό, οι αρμόδιες εθνικές αρχές διαβιβάζουν στην Επιτροπή το προβλεπόμενο χρονοδιάγραμμα των ελέγχων που πρέπει να πραγματοποιηθούν από το κράτος μέλος τουλάχιστον τριάντα ημέρες πριν από τους ελέγχους αυτούς.

Η Επιτροπή μπορεί επίσης να προβεί σε συμπληρωματικούς ελέγχους τους οποίους θεωρεί αναγκαίους.

Άρθρο 21

Ανάκτηση αχρεωστήτως καταβληθέντων ποσών

1. Σε περίπτωση αχρεωστήτως καταβληθέντος ποσού, ο δικαιούχος επιστρέφει 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 που πρέπει να εφαρμοστεί καθορίζεται σύμφωνα με το άρθρο 86 παράγραφος 2 στοιχείο β) του κανονισμού (ΕΚ, Ευρατόμ) αριθ. 2342/2002.

2. Τα ανακτηθέντα ποσά καθώς και οι τόκοι καταβάλλονται στους οργανισμούς ή τις υπηρεσίες πληρωμής των κρατών μελών για να αφαιρεθούν στη συνέχεια από τις δαπάνες που χρηματοδοτούνται από το ΕΓΤΠΕ, κατ' αναλογία της κοινοτικής χρηματοδοτικής συμμετοχής.

Άρθρο 22

Κυρώσεις

1. Σε περίπτωση απάτης ή σοβαρής αμέλειας, η προτεινουσα οργάνωση επιστρέφει το διπλάσιο της διαφοράς μεταξύ του ποσού που καταβλήθηκε αρχικά και του πραγματικά οφειλόμενου ποσού.

2. Με την επιφύλαξη του άρθρου 6 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2988/95 του Συμβουλίου ([1]), οι μειώσεις και οι αποκλεισμοί που προβλέπονται στον παρόντα κανονισμό εφαρμόζονται με την επιφύλαξη ενδεχόμενων συμπληρωματικών κυρώσεων σύμφωνα με άλλες διατάξεις του κοινοτικού δικαίου ή των εθνικών δικαίων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΚΑΤΑΡΓΗΣΗ, ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΤΕΛΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

Άρθρο 23

Κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 94/2002

Ο κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 94/2002 καταργείται. Ωστόσο, οι διατάξεις του εν λόγω κανονισμού συνεχίζουν να εφαρμόζονται στα προγράμματα ενημέρωσης και προώθησης των οποίων η χρηματοδότηση εγκρίθηκε από την Επιτροπή πριν από την έναρξη ισχύος του παρόντος κανονισμού.

Οι παραπομπές που γίνονται στον κανονισμό που καταργήθηκε θεωρούνται ότι γίνονται στον παρόντα κανονισμό.

Άρθρο 24

Μεταβατικές διατάξεις

1. Για το έτος 2005, εκτός από την προθεσμία που προβλέπεται στο άρθρο 7 παράγραφος 1 δεύτερο εδάφιο, μια δεύτερη προθεσμία υποβολής των προγραμμάτων καθορίζεται στις 31 Ιουλίου 2005.

2. Κατά παρέκκλιση από το άρθρο 8 παράγραφος 1 πρώτο εδάφιο, για το έτος 2005, για τα προγράμματα που υποβάλλονται το αργότερο στις 31 Ιουλίου 2005, η ημερομηνία λήξης της κοινοποίησης του προσωρινού καταλόγου των προγραμμάτων στην Επιτροπή είναι η 30 Σεπτεμβρίου 2005.

3. Κατά παρέκκλιση από το άρθρο 8 παράγραφος 3, για το έτος 2005, η απόφαση της Επιτροπής, που αναφέρεται στην εν λόγω παράγραφο, λαμβάνεται το αργότερο στις 15 Δεκεμβρίου 2005.

Άρθρο 25

Έναρξη ισχύος

Ο παρών κανονισμός αρχίζει να ισχύει την έβδομη ημέρα από τη δημοσίευσή του στην *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*.

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

Βρυξέλλες, 1η Ιουλίου 2005.

Για την Επιτροπή

Mariann FISCHER BOEL

Μέλος της Επιτροπής

([1]) ΕΕ L 312 της 23.12.1995, σ. 1.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ I

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΘΕΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

— Νωπά οπωροκηπευτικά,

— μεταποιημένα οπωροκηπευτικά,

— κλωστικό λινάρι,

— ζώντα φυτά και άνθη και καλλωπιστικά φυτά,

— ελαιόλαδο και επιτραπέζιες ελιές,

— σπορέλαια,

— γάλα και γαλακτοκομικά προϊόντα,

— κρέας νωπό και διατηρημένο με απλή ψύξη ή κατεψυγμένο, που έχει παραχθεί σύμφωνα με κοινοτικό ή εθνικό καθεστώς ποιότητας,

— επισήμανση των αυγών για κατανάλωση από τον άνθρωπο,

— μέλι και μελισσοκομικά προϊόντα,

— VQPRD, επιτραπέζιοι οίνοι με γεωγραφική ένδειξη,

— γραφικό σύμβολο των άκρως απομακρυσμένων περιφερειών, όπως ορίζεται στη γεωργική νομοθεσία,

— προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης (ΠΟΠ), προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις (ΠΓΕ) ή ειδικά παραδοσιακά προϊόντα εγγυημένα (ΕΠΠΕ), σύμφωνα με τους κανονισμούς (ΕΟΚ) αριθ. 2081/92 του Συμβουλίου [1] ή (ΕΟΚ) αριθ. 2082/92 του Συμβουλίου [2], και προϊόντα καταχωρημένα βάσει αυτών των συστημάτων,

— βιολογικές καλλιέργειες, σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 2092/91 του Συμβουλίου [3], και προϊόντα καταχωρημένα σύμφωνα με τον εν λόγω τον κανονισμό.

---

[1] ΕΕ L 208 της 24.7.1992, σ. 1· κανονισμός όπως τροποποιήθηκε τελευταία από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 806/2003 (ΕΕ L 122 της 16.5.2003, σ. 1).

[2] ΕΕ L 208 της 24.7.1992, σ. 9· κανονισμός όπως τροποποιήθηκε τελευταία από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 806/2003.

[3] ΕΕ L 198 της 22.7.1991, σ. 1· κανονισμός όπως τροποποιήθηκε τελευταία από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 2254/2004 (ΕΕ L 385 της 29.12.2004, σ. 20).

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II

ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές προσανατολίζουν προς τα μηνύματα, τις ομάδες-στόχους και τα μέσα που θα πρέπει να βρίσκονται στο επίκεντρο των προγραμμάτων ενημέρωσης και προώθησης για τις διάφορες κατηγορίες προϊόντων.

Κατά παρέκκλιση από τις προτεραιότητες που αναφέρονται στο άρθρο 6 παράγραφος 4 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000, πρέπει οι προτάσεις προγραμμάτων, κατά γενικό τρόπο, να προετοιμάζονται λαμβάνοντας υπόψη τις ακόλουθες αρχές:

— όταν τα προγράμματα προτείνονται από περισσότερα του ενός κράτη μέλη, πρέπει να περιλαμβάνουν συντονισμένες στρατηγικές, δράσεις και μηνύματα·

— πρέπει τα προγράμματα να είναι κατά προτίμηση πολυετή με επαρκές πεδίο εφαρμογής ώστε να έχουν σημαντικό αντίκτυπο στις αγορές στις οποίες στοχεύουν. Όπου ενδείκνυται, να τίθενται σε εφαρμογή στην αγορά περισσοτέρων του ενός κρατών μελών·

— πρέπει τα μηνύματα των προγραμμάτων να παρέχουν αντικειμενικές πληροφορίες σχετικά με τα εγγενή χαρακτηριστικά και τη θρεπτική αξία των προϊόντων ως μέρους μιας ισορροπημένης διατροφής, σχετικά με τις μεθόδους παραγωγής τους ή την προστασία του περιβάλλοντος·

— πρέπει τα προγράμματα να περιέχουν βασικά μηνύματα που ενδιαφέρουν τους καταναλωτές, τους επαγγελματίες ή/και τους εμπορευόμενους σε διάφορα κράτη μέλη.

ΝΩΠΑ ΟΠΩΡΟΚΗΠΕΥΤΙΚΑ

1. **Σφαιρική ανάλυση της κατάστασης**

Μολονότι αυξάνεται η κοινοτική παραγωγή οπωροκηπευτικών, η κατανάλωσή τους παραμένει συνολικά στάσιμη.

Παρατηρείται ιδιαίτερη έλλειψη ενδιαφέροντος από πλευράς 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. **Στόχοι**

Επιδιωκόμενος στόχος είναι να βελτιωθεί η εικόνα του προϊόντος — είναι «φρέσκο» και «φυσικό» — και να μειωθεί η μέση ηλικία των καταναλωτών, με την ενθάρρυνση κυρίως της κατανάλωσης των προϊόντων αυτών από τους νέους.

3. **Κυριότερες ομάδες-στόχοι**

— Νεαρά νοικοκυριά κάτω των 35 ετών

— Παιδιά σχολικής ηλικίας, έφηβοι και οι γονείς τους

— Μονάδες ομαδικής εστίασης και σχολικές καντίνες

— Γιατροί και διαιτολόγοι.

4. **Βασικά μηνύματα**

— Προώθηση της προσέγγισης «5 την ημέρα» (σύσταση για κατανάλωση τουλάχιστον πέντε μερίδων φρούτων ή λαχανικών την ημέρα).

— Τα προϊόντα είναι φυσικά και φρέσκα.

— Ποιότητα (ασφάλεια, θρεπτική και οργανοληπτική αξία, μέθοδοι παραγωγής, προστασία του περιβάλλοντος, σύνδεση με την προέλευση του προϊόντος).

— Απόλαυση.

— Ισορροπημένη διατροφή.

— Ποικιλία και εποχιακός χαρακτήρας της προσφοράς νωπών προϊόντων· ενημέρωση για τις διάφορες γεύσεις και χρήσεις τους.

— Δυνατότητα προσδιορισμού της προέλευσης (ιχνηλασιμότητα).

— Ευρεία διάθεση στην αγορά και ευκολία παρασκευής: πολλά νωπά οπωροκηπευτικά δεν χρειάζονται μαγείρεμα.

5. **Βασικά μέσα**

— Ηλεκτρονικά μέσα (ιστοσελίδες στο διαδίκτυο με παρουσίαση της προσφοράς προϊόντων και με παιχνίδια στον υπολογιστή για τα παιδιά).

— Τηλεφωνική γραμμή παροχής πληροφοριών.

— Επαφές δημοσίων σχέσεων με τα μέσα ενημέρωσης και τη διαφήμιση (π.χ. ειδικευμένοι δημοσιογράφοι, γυναικείος τύπος, νεανικά περιοδικά και εφημερίδες).

— Επαφές με τους γιατρούς και τους διαιτολόγους.

— Παιδαγωγική δράση που απευθύνεται σε παιδιά και εφήβους, με κινητοποίηση των εκπαιδευτικών και των υπευθύνων για τις σχολικές καντίνες.

— Ενέργειες ενημέρωσης των καταναλωτών στα σημεία πώλησης.

— Άλλα μέσα (ενημερωτικά φυλλάδια και διαφημιστικά έντυπα με πληροφορίες για τα προϊόντα και συνταγές, παιχνίδια για παιδιά, κ.λπ.).

— Οπτικά μέσα ενημέρωσης (κινηματογράφος, ειδικοί τηλεοπτικοί σταθμοί).

— Ραδιοφωνικά μηνύματα.

— Συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις.

6. **Διάρκεια των προγραμμάτων**

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

7. **Ενδεικτικός ετήσιος προϋπολογισμός για τον τομέα**

4 εκατομμύρια ευρώ.

ΜΕΤΑΠΟΙΗΜΕΝΑ ΟΠΩΡΟΚΗΠΕΥΤΙΚΑ

1. **Σφαιρική ανάλυση της κατάστασης**

Ο τομέας αντιμετωπίζει αυξανόμενο ανταγωνισμό από διάφορες τρίτες χώρες.

Αν και αυξάνεται βαθμιαία η ζήτηση, ιδίως λόγω της ευκολίας που παρουσιάζει η κατανάλωση αυτών των προϊόντων, είναι σημαντικό να μπορέσει η κοινοτική βιομηχανία να επωφεληθεί από αυτή τη δυνατότητα. Επομένως, είναι δικαιολογημένη η υποστήριξη των ενεργειών ενημέρωσης και προώθησης.

2. **Στόχοι**

Χρειάζεται να εκσυγχρονιστεί και να ανανεωθεί η εικόνα του προϊόντος, με την παροχή των απαιτούμενων πληροφοριών, ώστε να ενθαρρυνθεί η κατανάλωσή του.

3. **Κυριότερες ομάδες-στόχοι**

— Νοικοκυριά.

— Μονάδες ομαδικής εστίασης και σχολικές καντίνες.

— Γιατροί και διαιτολόγοι.

4. **Βασικά μηνύματα**

— Ποιότητα (ασφάλεια, θρεπτική και οργανοληπτική αξία, μέθοδοι παρασκευής).

— Ευκολία χρήσης.

— Απόλαυση.

— Ποικιλία προϊόντων διαθέσιμων καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

— Ισορροπημένη διατροφή.

— Δυνατότητα προσδιορισμού της προέλευσης (ιχνηλασιμότητα).

5. **Βασικά μέσα**

— Ηλεκτρονικά μέσα (ιστοσελίδα στο διαδίκτυο).

— Τηλεφωνική γραμμή παροχής πληροφοριών.

— Επαφές δημοσίων σχέσεων με τα μέσα ενημέρωσης και τη διαφήμιση (π.χ. ειδικευμένος, γυναικείος τύπος, περιοδικά μαγειρικής, κλπ.).

— Επιδείξεις στα σημεία πώλησης.

— Επαφές με τους γιατρούς και τους διαιτολόγους.

— Άλλα μέσα (ενημερωτικά φυλλάδια και διαφημιστικά έντυπα με τα προϊόντα και συνταγές).

— Οπτικά μέσα ενημέρωσης.

— Συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις.

6. **Διάρκεια των προγραμμάτων**

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

7. **Ενδεικτικός ετήσιος προϋπολογισμός για τον τομέα**

2 εκατομμύρια ευρώ.

ΚΛΩΣΤΙΚΟ ΛΙΝΑΡΙ

1. **Σφαιρική ανάλυση της κατάστασης**

Η απελευθέρωση του διεθνούς εμπορίου κλωστοϋφαντουργικών και ενδυμάτων έχει εκθέσει το κοινοτικό λινάρι σε έντονο ανταγωνισμό από λινάρι που προσφέρεται σε πολύ ελκυστικές τιμές από χώρες εκτός της Κοινότητας. Το λινάρι βρίσκεται επίσης σε ανταγωνισμό με άλλες κλωστικές ίνες. Ταυτοχρόνως, η κατανάλωση κλωστοϋφαντουργικών εμφανίζει τάσεις στασιμότητας.

2. **Στόχοι**

— Αναβάθμιση της εικόνας και της φήμης του κοινοτικού λιναριού και αξιοποίηση των χαρακτηριστικών ιδιοτήτων του.

— Αύξηση της κατανάλωσης του προϊόντος.

— Ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με τα χαρακτηριστικά των νέων προϊόντων που εμφανίζονται στην αγορά.

3. **Ομάδες-στόχοι**

— Πρωτοπόροι της βιομηχανίας (στυλίστες, δημιουργοί, σχεδιαστές, κατασκευαστές ετοίμων ενδυμάτων, εκδότες).

— Διανομείς.

— Κόσμος της εκπαίδευσης στον τομέα των κλωστοϋφαντουργικών, της μόδας και της εσωτερικής διακόσμησης (διδάσκοντες και σπουδαστές).

— Διαμορφωτές της κοινής γνώμης.

— Καταναλωτές.

4. **Βασικά μηνύματα**

— Η ποιότητα του προϊόντος είναι αποτέλεσμα των συνθηκών παραγωγής της πρώτης ύλης, της επιλογής των κατάλληλων ποικιλιών και της τεχνογνωσίας όλων των παραγόντων στην αλυσίδα παραγωγής.

— Το κοινοτικό λινάρι προσφέρεται για ευρύ φάσμα προϊόντων (ενδύματα, διακόσμηση, λευκά είδη) και παρουσιάζει μεγάλο πλούτο δημιουργικότητας και καινοτομίας.

5. **Βασικά μέσα**

— Ηλεκτρονικά μέσα (ιστοσελίδες στο Διαδίκτυο).

— Επαγγελματικές επιδείξεις και εμπορικές εκθέσεις.

— Ενέργειες ενημέρωσης στο μέρος του κυκλώματος μετά την παραγωγή (δημιουργοί, σχεδιαστές, κατασκευαστές ετοίμων ενδυμάτων, διανομείς, εκδότες).

— Ενημέρωση στα σημεία πώλησης.

— Σχέσεις με τον ειδικό τύπο.

— Διδακτικές ενέργειες ενημέρωσης σε σχολές μηχανικών κλωστοϋφαντουργίας, σε σχολές μόδας, κ.λπ.

6. **Διάρκεια των προγραμμάτων**

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

7. **Ενδεικτικός ετήσιος προϋπολογισμός για τον τομέα**

1 εκατομμύριο ευρώ.

ΖΩΝΤΑ ΦΥΤΑ, ΑΝΘΗ ΚΑΙ ΚΑΛΛΩΠΙΣΤΙΚΑ ΦΥΤΑ

1. **Σφαιρική ανάλυση της κατάστασης**

Η κατάσταση της προσφοράς στον τομέα χαρακτηρίζεται από αυξανόμενο ανταγωνισμό μεταξύ προϊόντων από την Κοινότητα και προϊόντων από τρίτες χώρες.

Οι μελέτες αξιολόγησης των εκστρατειών προώθησης που διεξήχθησαν κατά την περίοδο 1997-2000 υποδεικνύουν ότι, προκειμένου να διευκολυνθούν οι πωλήσεις της κοινοτικής παραγωγής εντός της Κοινότητας, χρειάζεται καλύτερη οργάνωση και εξορθολογισμός ολόκληρης της αλυσίδας από τον παραγωγό έως τον διανομέα, οι δε καταναλωτές θα πρέπει να έχουν καλύτερη ενημέρωση σχετικά με τις εγγενείς ιδιότητες και τις ποικιλίες των κοινοτικών προϊόντων.

2. **Στόχοι**

— Αύξηση της κατανάλωσης ανθέων και φυτών κοινοτικής προέλευσης.

— Ενθάρρυνση των πρακτικών που ωφελούν το περιβάλλον και αύξηση των γνώσεων σχετικά με φιλοπεριβαλλοντικές μεθόδους.

— Ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ επαγγελματιών από διάφορα κράτη μέλη, ώστε να καταστεί δυνατή, μεταξύ άλλων, η ανταλλαγή των πλέον προηγμένων γνώσεων στον εν λόγω τομέα, και καλύτερη ενημέρωση όλων των συντελεστών της αλυσίδας παραγωγής.

3. **Ομάδες-στόχοι**

— Παραγωγοί, φυτώρια, διανομείς και άλλοι παράγοντες του τομέα.

— Σπουδαστές και μαθητές.

— Διαμορφωτές της κοινής γνώμης: δημοσιογράφοι, εκπαιδευτικοί.

— Καταναλωτές.

4. **Βασικά μηνύματα**

— Ενημέρωση σχετικά με την ποιότητα και την ποικιλία των κοινοτικών προϊόντων.

— Μέθοδοι παραγωγής φιλικές προς το περιβάλλον.

— Τεχνικές για την εξασφάλιση μεγαλύτερης διάρκειας των προϊόντων.

— Άριστος συνδυασμός διαφόρων ποικιλιών φυτών και ανθέων.

— Ο ρόλος των φυτών και των ανθέων στην ευεξία και την ποιότητα ζωής.

5. **Βασικά μέσα**

— Επαφές με τα μέσα ενημέρωσης.

— Εμπορικές και άλλες εκθέσεις: ομαδικά εκθεσιακά περίπτερα που παρουσιάζουν προϊόντα από διάφορα κράτη μέλη.

— Ενέργειες επιμόρφωσης των επαγγελματιών, των καταναλωτών και των σπουδαστών.

— Ενέργειες ανταλλαγής γνώσεων για την εξασφάλιση μεγαλύτερης διάρκειας των προϊόντων.

— Ενέργειες ενημέρωσης των καταναλωτών μέσω του τύπου, καθώς και με πρωτοβουλίες όπως έκδοση καταλόγων, ημερολογίων για κηπουρούς και, ενδεχομένως, εκστρατείες για το «φυτό του μήνα».

— Αυξημένη χρησιμοποίηση των ηλεκτρονικών μέσων (Διαδίκτυο, CD-ROM, κ.λπ.).

6. **Διάρκεια των προγραμμάτων**

Από 12 έως 36 μήνες, με προτίμηση στα πολυετή προγράμματα με στρατηγική και δεόντως αιτιολογημένους στόχους για κάθε φάση.

7. **Ενδεικτικός ετήσιος προϋπολογισμός για τον τομέα**

3 εκατομμύρια ευρώ.

ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΚΑΙ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΕΣ ΕΛΙΕΣ

1. **Σφαιρική ανάλυση της κατάστασης**

Καθώς η προσφορά ελαιολάδου και επιτραπέζιων ελιών ακολουθεί αυξητική τάση, η ύπαρξη εσωτερικών και διεθνών αγορών είναι σημαντική για τη διατήρηση της ισορροπίας της κοινοτικής αγοράς. Η κατάσταση της εγχώριας ζήτησης γι' αυτά τα προϊόντα είναι πολύ διαφορετική στις αγορές όπου τα καταναλώνουν παραδοσιακά από τις αγορές όπου η παρουσία του ελαιολάδου και των επιτραπέζιων ελιών είναι σχετικά πρόσφατο φαινόμενο.

Στα κράτη μέλη «παραδοσιακοί καταναλωτές» (Ισπανία, Ιταλία, Ελλάδα και Πορτογαλία), τα εν λόγω προϊόντα είναι γενικά πολύ γνωστά και η κατανάλωσή τους φθάνει σε υψηλά επίπεδα. Πρόκειται για ώριμες αγορές, όπου οι προοπτικές για συνολική αύξηση της ζήτησης είναι περιορισμένες, αλλά, εάν ληφθεί υπόψη το σημερινό τους μερίδιο στην κατανάλωση ελαιολάδου, συνεχίζουν να παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον για τον τομέα.

Στα κράτη μέλη «νέοι καταναλωτές», η κατά κεφαλήν κατανάλωση έχει αυξηθεί, αλλά είναι ακόμη σχετικά χαμηλή (στην Κοινότητα με τη σύνθεσή της πριν τις 30 Απριλίου 2004) ή σχετικά ασήμαντη (στην πλειονότητα των κρατών μελών που προσχώρησαν την 1η Μαΐου 2004). Μεγάλο μέρος των καταναλωτών δεν γνωρίζει ούτε τις ιδιότητες, ούτε τις διάφορες χρήσεις του ελαιολάδου και των επιτραπέζιων ελιών. Πρόκειται συνεπώς για αγορά όπου υπάρχουν σημαντικές δυνατότητες να αυξηθεί η ζήτηση.

2. **Στόχοι**

— Κατά προτεραιότητα: να αυξηθεί η κατανάλωση στα κράτη μέλη «νέοι καταναλωτές», με την αύξηση της διείσδυσης στην αγορά, και να ενταθεί η χρήση, με τη διαφοροποίηση της χρήσης των προϊόντων αυτών και την παροχή των αναγκαίων πληροφοριών.

— Να εδραιωθεί και να αυξηθεί η κατανάλωση στα κράτη μέλη «παραδοσιακοί καταναλωτές», βελτιώνοντας την ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με λιγότερο γνωστές πτυχές και συνηθίζοντας τους νέους να αγοράζουν τα προϊόντα αυτά.

3. **Ομάδες-στόχοι**

— Άτομα υπεύθυνα για τις προμήθειες: στην περίπτωση των κρατών μελών «παραδοσιακοί καταναλωτές», κυρίως άτομα ηλικίας 20 έως 40 ετών.

— Διαμορφωτές της κοινής γνώμης (ειδικοί γαστρονομίας, αρχιμάγειροι, εστιατόρια, δημοσιογράφοι) και γενικός και ειδικευμένος τύπος (γαστρονομικός, γυναικείος, διαφόρων τρόπων ζωής).

— Ιατρικός και παραϊατρικός τύπος.

— Διανομείς (στα κράτη μέλη «νέοι καταναλωτές»).

4. **Βασικά μηνύματα**

— Οι γαστρονομικές ιδιότητες και τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά του παρθένου ελαιολάδου (άρωμα, χρώμα, γεύση) παρουσιάζουν λεπτές διαφορές, που συνδέονται με τις ποικιλίες, τις περιοχές, τις συγκομιδές, τις ΠΟΠ/ΠΓΕ, κ.λπ. Αυτή η διαφοροποίηση προσφέρει ευρύ φάσμα γαστρονομικών αισθήσεων και δυνατοτήτων.

— Οι διάφορες κατηγορίες του ελαιολάδου.

— Το ελαιόλαδο, χάρη στις θρεπτικές του ιδιότητες, αποτελεί σημαντικό στοιχείο για μια υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή: επιτυγχάνει συνδυασμό των γαστρονομικών απολαύσεων με τις απαιτήσεις υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής.

— Ενημέρωση επί της νομοθεσίας σε θέματα ελέγχου, πιστοποίησης της ποιότητας και επισήμανσης των ελαιολάδων.

— Ενημέρωση επί του συνόλου των ελαιολάδων ή/και των επιτραπέζιων ελιών που έχουν καταχωριστεί ως ΠΟΠ/ΠΓΕ στην Κοινότητα.

— Οι επιτραπέζιες ελιές είναι υγιεινό και φυσικό προϊόν, που προσφέρεται τόσο για πρόχειρη κατανάλωση όσο και για την παρασκευή περίπλοκων φαγητών.

— Χαρακτηριστικά των διαφόρων ποικιλιών επιτραπέζιων ελιών.

Ειδικότερα στα κράτη μέλη «νέοι καταναλωτές»:

— το ελαιόλαδο, και ιδίως η κατηγορία εξαιρετικά παρθένο, είναι φυσικό προϊόν, προερχόμενο από παράδοση και παλιά τεχνογνωσία, το οποίο ταιριάζει στη σύγχρονη κουζίνα που χαρακτηρίζεται από μεγάλη ποικιλία γεύσεων· μπορεί να συνδυαστεί, εκτός από τη μεσογειακή κουζίνα, με οποιαδήποτε σύγχρονη μαγειρική·

— συμβουλές για τη χρήση του στην κουζίνα.

Ειδικότερα στα κράτη μέλη «παραδοσιακοί καταναλωτές»:

— τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζει η αγορά τυποποιημένου ελαιολάδου (με επισήμανση που περιέχει χρήσιμες πληροφορίες για τον καταναλωτή)·

— ανανέωση της εικόνας του προϊόντος, το οποίο έχει μακρά ιστορία και σημαντική πολιτιστική διάσταση.

Με την επιφύλαξη του άρθρου 2 παράγραφος 3, η ενημέρωση επί των θρεπτικών ιδιοτήτων του ελαιολάδου και των επιτραπέζιων ελιών πρέπει να βασίζεται σε γενικώς αποδεκτά επιστημονικά δεδομένα και να πληροί τους απαιτήσεις που καθορίζονται στην οδηγία 2000/13/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου [1].

5. **Βασικά μέσα**

— Διαδίκτυο και άλλα ηλεκτρονικά μέσα (π.χ. CD-ROM, DVD).

— Προώθηση στα σημεία πώλησης (δοκιμή, συνταγές, ενημέρωση).

— Σχέσεις με τον τύπο και δημόσιες σχέσεις (εκδηλώσεις, συμμετοχή σε εκθέσεις καταναλωτών, κ.λπ.).

— Διαφήμιση (ή διαφημιστικές καταχωρίσεις) στον τύπο (γενικό, γυναικείο, γαστρονομικό, τρόπου ζωής …).

— Συνδυασμένες ενέργειες από κοινού με τα ιατρικά και παραϊατρικά επαγγέλματα (ιατρικές δημόσιες σχέσεις).

— Οπτικοακουστικά μέσα ενημέρωσης (τηλεόραση και ραδιόφωνο).

— Συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις.

6. **Διάρκεια και πεδίο εφαρμογής των προγραμμάτων**

Από 12 έως 36 μήνες, με προτίμηση στα πολυετή προγράμματα με στρατηγική και δεόντως αιτιολογημένους στόχους για κάθε φάση.

Θα προτιμηθούν προγράμματα που πρόκειται να υλοποιηθούν σε τουλάχιστον 2 κράτη μέλη «νέοι καταναλωτές».

[1] ΕΕ L 109 της 6.5.2000, σ. 29· κανονισμός όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την οδηγία 2003/89/ΕΚ (ΕΕ L 308 της 25.11.2003, σ. 15).

7. **Ενδεικτικός ετήσιος προϋπολογισμός για τον τομέα**

4 εκατομμύρια ευρώ.

ΣΠΟΡΕΛΑΙΑ

Σε αυτόν τον τομέα, θα προτιμηθούν προγράμματα που επικεντρώνονται στο κραμβέλαιο ή παρουσιάζουν τα χαρακτηριστικά διαφόρων κοινοτικών σπορέλαιων.

Ενδεικτικός ετήσιος προϋπολογισμός για τους τομείς των σπορέλαιων:

2 εκατομμύρια ευρώ.

Α. *ΚΡΑΜΒΕΛΑΙΟ*

1. **Σφαιρική ανάλυση της κατάστασης**

Μετά τη μεταρρύθμιση της κοινής γεωργικής πολιτικής, η παραγωγή κραμβέλαιου δεν λαμβάνει καμία ειδική ενίσχυση και πρέπει να στραφεί στην αγορά. Με αυξημένες δυνατότητες παραγωγής και ως εναλλακτική λύση στην παραγωγή σιτηρών, η οποία χαρακτηρίζεται από διαρθρωτική υπερπαραγωγή, η προώθηση του κραμβέλαιου θα συμβάλει στην εξισορρόπηση της αγοράς των αροτραίων καλλιεργειών και στην κατανάλωση διαφόρων φυτικών ελαίων στην Κοινότητα. Επί του παρόντος, η Κοινότητα είναι καθαρός εξαγωγέας κραμβελαίου.

Κατά τις προηγούμενες δεκαετίες, αναπτύχθηκαν ποικιλίες κράμβης με πολύτιμα θρεπτικά χαρακτηριστικά. Το γεγονός αυτό είχε ως αποτέλεσμα τη βελτίωση της ποιότητας. Εμφανίστηκαν στην αγορά, ως ειδικά νέα προϊόντα, κραμβέλαια πίεσης εν ψυχρώ, με ιδιαίτερη γεύση καρυδιού.

Η θρεπτική αξία του κραμβελαίου αποτέλεσε αντικείμενο παγκόσμιας έρευνας, με αποτελέσματα που επιβεβαιώνουν τα ωφέλιμα διατροφικά και φυσιολογικά χαρακτηριστικά του προϊόντος. Οι παθολόγοι, οι διαιτολόγοι, καθώς και οι καταναλωτές, θα πρέπει να πληροφορηθούν αυτά τα τελευταία αποτελέσματα τους έρευνας.

2. **Στόχοι**

— Βελτίωση της επίγνωσης των χαρακτηριστικών του κραμβελαίου και της πρόσφατης εξέλιξής του.

— Αύξηση της κατανάλωσης, με την ενημέρωση των καταναλωτών, των ιατρικών και παραϊατρικών επαγγελμάτων σχετικά με τη χρήση και τη θρεπτική αξία του κραμβελαίου.

3. **Ομάδες-στόχοι**

— Νοικοκυριά, και ιδίως άτομα υπεύθυνα για τις προμήθειες.

— Διαμορφωτές της κοινής γνώμης (δημοσιογράφοι, αρχιμάγειροι, ιατροί και διαιτολόγοι).

— Διανομείς.

— Ιατρικός και παραϊατρικός τύπος.

— Γεωργική βιομηχανία τροφίμων.

4. **Βασικά μηνύματα**

— Το κραμβέλαιο, χάρη στη θρεπτική του αξία, αποτελεί σημαντικό στοιχείο για μια υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή.

— Η σύσταση του κραμβελαίου, που περιέχει ωφέλιμα λιπαρά οξέα.

— Συμβουλές για τη χρήση του στην κουζίνα.

— Πληροφορίες για την εξέλιξη του προϊόντος και τις ποικιλίες του.

Με την επιφύλαξη του άρθρου 4 παράγραφος 3, η ενημέρωση επί των θρεπτικών ιδιοτήτων του κραμβελαίου πρέπει να βασίζεται σε γενικώς αποδεκτά επιστημονικά δεδομένα και να πληροί τις απαιτήσεις που καθορίζονται στην οδηγία 2000/13/ΕΚ.

5. **Βασικά μέσα**

— Προώθηση στα σημεία πώλησης (δοκιμή, συνταγές, ενημέρωση).

— Διαφήμιση (ή διαφημιστικές καταχωρίσεις) στον τύπο (γενικό, γαστρονομικό, γυναικείο, τρόπου ζωής).

— Δημόσιες σχέσεις (εκδηλώσεις, συμμετοχή σε εκθέσεις τροφίμων).

— Συνδυασμένες ενέργειες από κοινού με τα ιατρικά και παραϊατρικά επαγγέλματα.

— Συνδυασμένες ενέργειες από κοινού με τα εστιατόρια, τις επιχειρήσεις ομαδικής εστίασης και τους αρχιμάγειρους.

— Διαδίκτυο.

6. **Διάρκεια των προγραμμάτων**

Από 12 έως 36 μήνες.

Β. *ΗΛΙΕΛΑΙΟ*

Θα προτιμηθούν προγράμματα για το ηλιέλαιο μόνον εάν και εφόσον δικαιολογείται βάσει των συνθηκών που επικρατούν στην αγορά.

1. **Σφαιρική ανάλυση της κατάστασης**

Στην Κοινότητα καλλιεργούνται με ηλίανθο περισσότερα από 2 εκατομμύρια εκτάρια, η δε παραγωγή ηλιανθόσπορων υπερβαίνει τα 3,5 εκατομμύρια τόνους ετησίως. Το ηλιέλαιο που καταναλώνεται στην Κοινότητα έως τώρα παραγόταν κυρίως από σπόρους που καλλιεργούνται στην Κοινότητα. Ωστόσο, με τη μείωση της έκθλιψης, θα υποχωρήσει η κοινοτική παραγωγή ηλιέλαιου κατά το έτος εμπορίας Αύγουστος/Ιούλιος 2004/2005. Καθώς οι παγκόσμιες τιμές παρουσιάζουν ανοδική τάση και είναι δυνατόν να εμφανιστούν ελλείψεις στην προσφορά, δεν δίδεται προτεραιότητα σε προγράμματα που επικεντρώνονται μόνον στο ηλιέλαιο. Το ηλιέλαιο μπορεί όμως να συμπεριληφθεί σε προγράμματα που παρουσιάζουν διάφορα σπορέλαια κοινοτικής προέλευσης.

Ως προϊόν, το ηλιέλαιο εμφανίζει ιδιαίτερα πλεονεκτήματα για ορισμένες χρήσεις, όπως το τηγάνισμα. Έχει υψηλή περιεκτικότητα σε ακόρεστα λιπαρά και είναι πλούσιο σε βιταμίνη Ε. Σκοπός των εκστρατειών είναι να ενημερωθούν οι καταναλωτές και οι έμποροι/διανομείς σχετικά με τις διάφορες χρήσεις, τύπους και χαρακτηριστικά του ηλιέλαιου, καθώς και σχετικά με την κοινοτική νομοθεσία για την ποιότητά του. Οι εκστρατείες θα πρέπει να σχεδιάζονται με γνώμονα την παροχή αντικειμενικών πληροφοριών.

2. **Στόχοι**

Ενημέρωση των καταναλωτών και των εμπορευομένων σχετικά με τα εξής:

— διάφορες χρήσεις, χαρακτηριστικά και θρεπτική αξία του ηλιελαίου,

— νομοθεσία και πρότυπα που αφορούν την ποιότητα, διατάξεις σχετικά με την επισήμανση.

3. **Ομάδες-στόχοι**

— Νοικοκυριά, και ιδίως άτομα υπεύθυνα για τις προμήθειες.

— Διαμορφωτές της κοινής γνώμης (δημοσιογράφοι, αρχιμάγειροι, ιατροί και διαιτολόγοι).

— Διανομείς.

— Γεωργική βιομηχανία τροφίμων.

4. **Βασικά μηνύματα**

Τα βασικά μηνύματα των προγραμμάτων θα πρέπει να παρέχουν πληροφορίες για τα εξής:

— πλεονεκτήματα της κατάλληλης χρήσης του ηλιελαίου. Παραδείγματος χάριν, το ηλιέλαιο που παράγεται από ηλιανθόσπορους ελαιοπαραγωγικού τύπου έχει υψηλή περιεκτικότητα σε βιταμίνη Ε σε σύγκριση με άλλα φυτικά έλαια. Το ηλιέλαιο είναι γνωστό ότι έχει ελαφριά γεύση και προσφέρεται για τηγάνισμα,

— νομοθεσία και πρότυπα που διέπουν την ποιότητα του ηλιελαίου,

— σύσταση του ηλιελαίου σε λιπαρά οξέα και θρεπτική του αξία,

— αποτελέσματα της επιστημονικής έρευνας και της τεχνικής ανάπτυξης του ηλιελαίου και άλλων φυτικών ελαίων.

Με την επιφύλαξη του άρθρου 4 παράγραφος 3, η ενημέρωση επί των θρεπτικών ιδιοτήτων του ηλιελαίου πρέπει να βασίζεται σε γενικώς αποδεκτά επιστημονικά δεδομένα και να πληροί τις απαιτήσεις που καθορίζονται στην οδηγία 2000/13/ΕΚ.

5. **Βασικά μέσα**

— Διανομή ενημερωτικού υλικού στα σημεία πώλησης, καθώς και στους εμπορευόμενους.

— Διαφήμιση (ή διαφημιστικές καταχωρίσεις) στον γενικό, γαστρονομικό και επαγγελματικό τύπο.

— Δημόσιες σχέσεις (εκδηλώσεις, συμμετοχή σε εκθέσεις τροφίμων).

— Διαδίκτυο.

6. **Διάρκεια των προγραμμάτων**

Από 12 έως 36 μήνες.

ΓΑΛΑ ΚΑΙ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

1. **Σφαιρική ανάλυση της κατάστασης**

Σημειώθηκε μείωση της κατανάλωσης γάλακτος σε υγρή μορφή, ιδιαίτερα έντονη στις βασικές χώρες κατανάλωσης, η οποία οφείλεται κυρίως στον ανταγωνισμό από τα αναψυκτικά που καταναλώνουν οι νέοι. Η κατανάλωση γάλακτος σε υγρή μορφή αντικαθίσταται βαθμιαία από διάφορα υποκατάστατα γάλακτος. Αντιθέτως, υπάρχει συνολική αύξηση της κατανάλωσης γαλακτοκομικών προϊόντων εκφρασμένων σε ισοδύναμο γάλακτος.

2. **Στόχοι**

— Αύξηση της κατανάλωσης γάλακτος σε υγρή μορφή στις αγορές όπου υπάρχουν δυνατότητες ανάπτυξης και διατήρηση του επιπέδου κατανάλωσης στις κορεσμένες αγορές.

— Αύξηση της κατανάλωσης γαλακτοκομικών προϊόντων εν γένει.

— Ενθάρρυνση της κατανάλωσης του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων από τους νέους, οι οποίοι είναι οι μελλοντικοί ενήλικοι καταναλωτές.

3. **Ομάδες-στόχοι**

Καταναλωτές εν γένει, και ειδικότερα:

— παιδιά και έφηβοι, και ιδίως τα κορίτσια ηλικίας 8 έως 13 ετών,

— γυναίκες διαφόρων ομάδων ηλικίας,

— ηλικιωμένοι.

4. **Βασικά μηνύματα**

— Το γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα είναι προϊόντα υγιεινά, φυσικά, προσαρμοσμένα στον σύγχρονο τρόπο ζωής, τα οποία καταναλώνονται με ευχαρίστηση.

— Το γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα έχουν ειδική θρεπτική αξία, ιδιαίτερα ωφέλιμη για ορισμένες ομάδες ηλικίας.

— Το περιεχόμενο των μηνυμάτων πρέπει να είναι θετικό, πρέπει δε να λαμβάνονται υπόψη οι ιδιομορφίες της κατανάλωσης στις διάφορες αγορές.

— Υπάρχει μεγάλη ποικιλία γαλακτοκομικών προϊόντων, που είναι κατάλληλα για διάφορους καταναλωτές σε διάφορες περιπτώσεις κατανάλωσης.

— Υπάρχουν γάλα και γαλακτοκομικά προϊόντα με λιγότερα λιπαρά, τα οποία ίσως ενδείκνυνται περισσότερο για ορισμένους καταναλωτές.

— Πρέπει να εξασφαλιστεί η συνέχεια των βασικών μηνυμάτων καθ' όλη τη διάρκεια του προγράμματος, προκειμένου να πεισθούν οι καταναλωτές για τα οφέλη της τακτικής κατανάλωσης γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων.

Με την επιφύλαξη του άρθρου 4 παράγραφος 3, η ενημέρωση επί των θρεπτικών ιδιοτήτων του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων πρέπει να βασίζεται σε γενικώς αποδεκτά επιστημονικά δεδομένα και να πληροί τις απαιτήσεις που καθορίζονται στην οδηγία 2000/13/ΕΚ.

5. **Βασικά μέσα**

— Ηλεκτρονικά μέσα.

— Τηλεφωνική γραμμή παροχής πληροφοριών.

— Επαφές με τα μέσα ενημέρωσης και τη διαφήμιση (π.χ. ειδικευμένα περιοδικά, γυναικείος τύπος, νεανικός τύπος).

— Επαφές με γιατρούς και διαιτολόγους.

— Επαφές με εκπαιδευτικούς και σχολεία.

— Άλλα μέσα (ενημερωτικά φυλλάδια και διαφημιστικά έντυπα, παιχνίδια για παιδιά, κ.λπ.).

— Επιδείξεις στα σημεία πώλησης.

— Οπτικά μέσα ενημέρωσης (κινηματογράφος, ειδικοί τηλεοπτικοί σταθμοί).

— Ραδιοφωνικά μηνύματα.

— Συμμετοχή σε εμπορικές και άλλες εκθέσεις.

6. **Διάρκεια και πεδίο εφαρμογής των προγραμμάτων**

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

7. **Ενδεικτικός ετήσιος προϋπολογισμός για τον τομέα**

4 εκατομμύρια ευρώ.

ΚΡΕΑΣ ΝΩΠΟ ΚΑΙ ΔΙΑΤΗΡΗΜΕΝΟ ΜΕ ΑΠΛΗ ΨΥΞΗ Η ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΟ, ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΠΑΡΑΧΘΕΙ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ Η ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

1. **Σφαιρική ανάλυση της κατάστασης**

Τα προβλήματα υγιεινής, που παρουσιάστηκαν σε πολλά από τα βασικά ζωικά προϊόντα, έχουν καταστήσει επιτακτική την ανάγκη να ενισχυθεί η εμπιστοσύνη των καταναλωτών στα κοινοτικά προϊόντα του κρέατος.

Για το σκοπό αυτό, πρέπει να παρασχεθούν αντικειμενικές πληροφορίες σχετικά με τα κοινοτικά και εθνικά συστήματα ποιότητας και τους ελέγχους που απαιτούνται επιπλέον της γενικής νομοθεσίας που αφορά τους ελέγχους και την ασφάλεια των τροφίμων. Οι εν λόγω κανόνες και έλεγχοι αποτελούν συμπληρωματική εγγύηση, προβλέποντας προδιαγραφές για τα προϊόντα και συμπληρωματικές διαρθρώσεις ελέγχου.

2. **Στόχοι**

— Οι ενημερωτικές εκστρατείες περιορίζονται σε προϊόντα που έχουν παραχθεί στο πλαίσιο των καθεστώτων των ευρωπαϊκών συστημάτων ποιότητας (ΠΟΠ/ΠΓΕ/ΕΠΠΕ και βιολογικής γεωργίας), και των καθεστώτων ποιότητας που έχουν αναγνωριστεί από τα κράτη μέλη βάσει του άρθρου 24 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1257/1999. Με την επιφύλαξη του άρθρου 10 παράγραφος 4 του παρόντος κανονισμού, οι ενημερωτικές εκστρατείες που χρηματοδοτούνται βάσει του παρόντος κανονισμού δεν θα πρέπει να χρηματοδοτούνται και βάσει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1257/1999.

— Οι εκστρατείες αυτές έχουν ως στόχο την εξασφάλιση αντικειμενικής και διεξοδικής πληροφόρησης σχετικά με τη νομοθεσία των καθεστώτων ποιότητας κοινοτικών και εθνικών για την ασφάλεια των προϊόντων με βάση το κρέας. Πρέπει να ενημερώνουν τους καταναλωτές, τους διαμορφωτές της κοινής γνώμης και τους διανομείς για τις προδιαγραφές των προϊόντων και τους πραγματικούς ελέγχους που προκύπτουν από τα εν λόγω καθεστώτα ποιότητας.

3. **Ομάδες-στόχοι**

— Καταναλωτές και οι ενώσεις τους.

— Άτομα υπεύθυνα για τις προμήθειες του νοικοκυριού.

— Ιδρύματα (εστιατόρια, νοσοκομεία, σχολεία, κ.λπ.).

— Διανομείς και οι ενώσεις τους.

— Τύπος και διαμορφωτές της κοινής γνώμης.

4. **Βασικά μηνύματα**

— Τα καθεστώτα ποιότητας εξασφαλίζουν ειδικό τρόπο παραγωγής και ελέγχους που είναι πιο αυστηροί από εκείνους που απαιτούνται από τη νομοθεσία.

— Τα προϊόντα ποιότητας με βάση το κρέας έχουν ειδικά χαρακτηριστικά και είναι υψηλότερης ποιότητας σε σχέση με τους συνηθισμένους εμπορικούς κανόνες.

— Τα κοινοτικά και τα εθνικά καθεστώτα ποιότητας χαρακτηρίζονται από διαφάνεια και εξασφαλίζουν πλήρη ιχνηλασιμότητα των προϊόντων.

— Με την επισήμανση των κρεάτων, ο καταναλωτής είναι σε θέση να αναγνωρίσει τα προϊόντα ποιότητας, την προέλευσή τους και τα χαρακτηριστικά τους.

5. **Βασικά μέσα**

— Διαδίκτυο.

— Δημόσιες σχέσεις με τα μέσα ενημέρωσης και τη διαφήμιση (επιστημονικός και ειδικευμένος τύπος, γυναικείος τύπος και περιοδικά μαγειρικής).

— Επαφές με τις ενώσεις καταναλωτών.

— Οπτικοακουστικά μέσα ενημέρωσης.

— Γραπτή τεκμηρίωση (έντυπα, φυλλάδια, κ.λπ.).

— Ενημέρωση στα σημεία πώλησης.

6. **Διάρκεια και πεδίο εφαρμογής των προγραμμάτων**

Τα προγράμματα θα πρέπει να προσφέρουν τουλάχιστον εθνική κάλυψη ή να καλύπτουν διάφορα κράτη μέλη.

Από 12 έως 36 μήνες, με προτίμηση στα πολυετή προγράμματα με καθορισμό αιτιολογημένων στόχων για κάθε φάση.

7. **Ενδεικτικός ετήσιος προϋπολογισμός για τον τομέα**

4 εκατομμύρια ευρώ.

ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗ ΤΩΝ ΑΥΓΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ

1. **Σφαιρική ανάλυση της κατάστασης**

Από την 1η Ιανουαρίου 2004, σύμφωνα με το άρθρο 7 παράγραφος 1 στοιχείο α) του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1907/90 του Συμβουλίου [1], όλα τα αυγά κατανάλωσης φέρουν στο κέλυφος σφραγίδα με κωδικό που ταυτοποιεί τον παραγωγό και το σύστημα εκτροφής των ωοτόκων ορνίθων. Ο κωδικός αυτός αποτελείται από έναν αριθμό που ταυτοποιεί την μέθοδο εκτροφής (0=βιολογική παραγωγή, 1=ελεύθερης βοσκής, 2=στρωμνής, 3=κλωβοστοιχία), από τον κωδικό ISO που ταυτοποιεί το κράτος μέλος στο οποίο βρίσκεται η μονάδα παραγωγής, και από έναν αριθμό που δίδεται από την αρμόδια υπηρεσία στη μονάδα παραγωγής.

[1] ΕΕ L 173 της 6.7.1990, σ. 5· κανονισμός όπως τροποποιήθηκε τελευταία από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 2052/2003 (ΕΕ L 305 της 22.11.2003, σ. 1).

2. **Στόχοι**

— Ενημέρωση των καταναλωτών για τα νέα πρότυπα σήμανσης των αυγών και πλήρης εξήγηση της σημασίας του κωδικού που είναι τυπωμένος στα αυγά.

— Ενημέρωση για τα συστήματα παραγωγής αυγών, μέσω του κωδικού που είναι τυπωμένος στα αυγά.

— Ενημέρωση για τα υπάρχοντα συστήματα ιχνηλασιμότητας.

3. **Ομάδες-στόχοι**

— Καταναλωτές και διανομείς.

— Διαμορφωτές της κοινής γνώμης.

4. **Βασικά μηνύματα**

— Γνωστοποίηση και εξήγηση του νέου κωδικού που είναι τυπωμένος στα αυγά σύμφωνα με την οδηγία 2002/4/ΕΚ της Επιτροπής ([1]), και των χαρακτηριστικών των διαφόρων κατηγοριών αυγών που αντιστοιχούν στον κωδικό αυτόν.

— Τα μηνύματα δεν πρέπει να εκφράζουν προτίμηση υπέρ μιας μεθόδου παραγωγής έναντι τους, ούτε να περιλαμβάνουν δηλώσεις σχετικά με τη θρεπτική αξία των αυγών και την επίδρασή τους στην υγεία. Δεν θα πρέπει να γίνεται διάκριση μεταξύ των αυγών που προέρχονται από τα διάφορα κράτη μέλη.

5. **Βασικά μέσα**

— Ηλεκτρονικά μέσα (ιστοσελίδα στο Διαδίκτυο, κ.λπ.).

— Έντυπο υλικό (έντυπα, φυλλάδια, κ.λπ.).

— Ενημέρωση στα σημεία πώλησης.

— Διαφημίσεις στον τύπο και σε περιοδικά τροφίμων, γυναικεία περιοδικά, κ.λπ.

— Σχέσεις με τα μέσα ενημέρωσης.

6. **Διάρκεια και πεδίο εφαρμογής των προγραμμάτων**

Από 12 έως 24 μήνες.

7. **Ενδεικτικός ετήσιος προϋπολογισμός για τον τομέα**

2 εκατομμύρια ευρώ.

ΜΕΛΙ ΚΑΙ ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

1. **Σφαιρική ανάλυση της κατάστασης**

Ο κοινοτικός τομέας μελιού και μελισσοκομικών προϊόντων, ο οποίος λαμβάνει πολύ μικρή στήριξη, αντιμετωπίζει παγκόσμιο ανταγωνισμό. Το υψηλό κόστος παραγωγής στην Κοινότητα δυσχεραίνει ακόμη περισσότερο την κατάσταση.

Από το 2001, εφαρμόζεται στον τομέα η οδηγία 2001/110/ΕΚ του Συμβουλίου ([2]) με την οποία καθίσταται υποχρεωτικό να συνδέεται στην επισήμανση η ποιότητα με την προέλευση. Τα υποστηριζόμενα προγράμματα πρέπει να επικεντρώνονται στα κοινοτικά μέλια και μελισσοκομικά προϊόντα που φέρουν συμπληρωματική αναφορά στην περιφερειακή, εδαφική ή τοπογραφική προέλευση ή ετικέτα ποιότητας, με πιστοποίηση είτε από την Κοινότητα (ΠΟΠ, ΠΓΕ, ΕΠΠΕ ή βιολογικό προϊόν) είτε από κράτος μέλος.

([1]) ΕΕ L 30 της 31.1.2002, σ. 44.
([2]) ΕΕ L 10 της 12.1.2002, σ. 47.

2. **Στόχοι**

— Ενημέρωση των καταναλωτών για την ποικιλία, τις οργανοληπτικές ιδιότητες και τις συνθήκες παραγωγής των μελισσοκομικών προϊόντων της Κοινότητας.

— Ενημέρωση των καταναλωτών για τις ιδιότητες των μη φιλτραρισμένων και μη παστεριωμένων κοινοτικών μελιών.

— Βοήθεια στους καταναλωτές για να κατανοήσουν την επισήμανση του κοινοτικού μελιού και παρότρυνση των παραγωγών να βελτιώσουν τη σαφήνεια των ετικετών της.

— Προσανατολισμός στην κατανάλωση μελιού ποιότητας, εφιστώντας την προσοχή των καταναλωτών στη δυνατότητα προσδιορισμού της προέλευσης του μελιού (ιχνηλασιμότητα).

3. **Ομάδες-στόχοι**

— Οι καταναλωτές, κυρίως ηλικίας από 20 έως 40 ετών.

— Ηλικιωμένοι και παιδιά.

— Διαμορφωτές της κοινής γνώμης.

4. **Βασικά μηνύματα**

— Ενημέρωση για την κοινοτική νομοθεσία σε θέματα ασφάλειας, τήρησης των κανόνων υγιεινής κατά την παραγωγή, πιστοποίησης της ποιότητας και επισήμανσης.

— Το μέλι είναι φυσικό προϊόν που βασίζεται στην παράδοση και σε δοκιμασμένη τεχνογνωσία και μπορεί να χρησιμοποιηθεί με διάφορους τρόπους στη σύγχρονη μαγειρική.

— Υπάρχει μεγάλη ποικιλία μελιών διαφορετικής γεωγραφικής και βοτανικής προέλευσης καθώς και διαφορετικών εποχών.

— Συμβουλές σχετικά με τη χρήση και τη θρεπτική αξία του μελιού.

— Η διαφύλαξη της επικονίασης είναι ουσιαστικός παράγοντας για τη διατήρηση της βιοποικιλότητας.

5. **Βασικά μέσα**

— Διαφημίσεις στον εξειδικευμένο τύπο (γαστρονομία — τρόπος ζωής)

— Διαδίκτυο, κινηματογράφος και άλλα οπτικοακουστικά μέσα ενημέρωσης (τηλεόραση, ραδιόφωνο).

— Επιδείξεις στα σημεία πώλησης.

— Συμμετοχή σε εμπορικές και άλλες εκθέσεις.

— Δημόσιες σχέσεις για το ευρύ κοινό, διοργάνωση εκδηλώσεων με στόχο τα εστιατόρια και τις επιχειρήσεις ομαδικής εστίασης.

— Ενημέρωση στα σχολεία (οδηγίες για εκπαιδευτικούς και για σπουδαστές σχολών ξενοδοχειακών υπηρεσιών και τροφοδοσίας).

6. **Διάρκεια και πεδίο εφαρμογής των προγραμμάτων**

Από 12 έως 36 μήνες, με προτίμηση στα προγράμματα που παρουσιάζουν, για κάθε φάση, στρατηγική και δεόντως αιτιολογημένους στόχους.

7. **Ενδεικτικός ετήσιος προϋπολογισμός για τον τομέα**

1 εκατομμύριο ευρώ.

VQPRD, ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΟΙ ΟΙΝΟΙ ΜΕ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΕΝΔΕΙΞΗ

1. **Σφαιρική ανάλυση της κατάστασης**

Ο τομέας χαρακτηρίζεται από αφθονία παραγωγής και στάσιμη κατανάλωση, αν όχι φθίνουσα για ορισμένες κατηγορίες, ενώ η προσφορά προϊόντων από τρίτες χώρες αυξάνεται συνεχώς.

2. **Στόχοι**

— Αύξηση της κατανάλωσης κοινοτικών οίνων.

— Ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με την ποικιλία, την ποιότητα και τις συνθήκες παραγωγής των κοινοτικών οίνων, καθώς και τα αποτελέσματα των επιστημονικών μελετών.

3. **Ομάδες-στόχοι**

— Διανομείς.

— Καταναλωτές πλην των νέων και των εφήβων που αναφέρονται στη σύσταση 2001/458/ΕΚ του Συμβουλίου ([1]).

— Διαμορφωτές της κοινής γνώμης: δημοσιογράφοι, ειδικοί σε θέματα γαστρονομίας.

— Σχολές ξενοδοχειακών υπηρεσιών και τροφοδοσίας.

4. **Βασικά μηνύματα**

— Η κοινοτική νομοθεσία προβλέπει αυστηρούς κανόνες όσον αφορά την παραγωγή, τις ενδείξεις ποιότητας, επισήμανσης και εμπορικής προώθησης, 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 κοινοτικών προϊόντων διαφορετικών προελεύσεων.

— Ενημέρωση για την κοινοτική αμπελοκαλλιέργεια και τη σχέση της με τις περιφερειακές και τοπικές συνθήκες, τις πολιτιστικές και γευστικές συνήθειες.

5. **Βασικά μέσα**

— Ενέργειες ενημέρωσης και δημόσιες σχέσεις.

— Κατάρτιση στον κλάδο διανομής και ομαδικής εστίασης.

— Επαφές με τον εξειδικευμένο τύπο.

— Άλλα μέσα (διαδίκτυο, φυλλάδια και έντυπα) για τον προσανατολισμό της επιλογής των καταναλωτών και την ανάπτυξη των ευκαιριών κατανάλωσης σε οικογενειακές γιορτές και εορταστικές εκδηλώσεις.

— Εμπορικές και άλλες εκθέσεις με ομαδικά εκθεσιακά περίπτερα για προϊόντα προερχόμενα από διάφορα κράτη μέλη.

6. **Διάρκεια των προγραμμάτων**

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

7. **Ενδεικτικός ετήσιος προϋπολογισμός για τον τομέα**

3 εκατομμύρια ευρώ.

([1]) ΕΕ L 161 της 16.6.2001, σ. 38.

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΕ ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΜΕΝΗ ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ (ΠΟΠ), ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΜΕΝΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΕΝΔΕΙΞΗ (ΠΓΕ) ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΓΓΥΗΜΕΝΑ (ΕΠΠΕ)

1. **Σφαιρική ανάλυση της κατάστασης**

Το κοινοτικό σύστημα προστασίας της ονομασίας των προϊόντων, το οποίο προβλέπεται στους κανονισμούς (ΕΚ) αριθ. 2081/92 και (ΕΚ) αριθ. 2082/92, αποτελεί προτεραιότητα για την εφαρμογή του τμήματος της κοινής γεωργικής πολιτικής που αφορά την ποιότητα. Πρέπει επομένως να συνεχιστούν οι προηγούμενες προσπάθειες για εκστρατείες με στόχο να γίνουν γνωστές οι προστατευόμενες ονομασίες και τα προϊόντα που τους φέρουν σε όλους τους πιθανούς συντελεστές της αλυσίδας παραγωγής, παρασκευής, εμπορικής προώθησης και κατανάλωσης αυτών των προϊόντων.

2. **Στόχοι**

Οι εκστρατείες ενημέρωσης και προώθησης δεν πρέπει να εστιάζονται στην ονομασία ενός μόνο προϊόντος ή ενός πολύ περιορισμένου αριθμού προϊόντων· πρέπει να αφορούν ομάδες ονομασιών, είτε ορισμένων κατηγοριών προϊόντων, είτε προϊόντων παραγόμενων σε μία ή περισσότερες περιφέρειες, σε ένα ή περισσότερα κράτη μέλη.

Στόχοι των εκστρατειών πρέπει να είναι:

— παροχή εκτενών πληροφοριών σχετικά με το περιεχόμενο, τη λειτουργία και τον κοινοτικό χαρακτήρα των καθεστώτων και, ιδίως, των θετικών επιπτώσεών της στην εμπορική αξία των προϊόντων με προστατευόμενες ονομασίες, καθώς μετά την καταχώρισή τους τα προϊόντα αυτά ευνοούνται από την προστασία που προσφέρουν τα εν λόγω καθεστώτα,

— βελτίωση των γνώσεων των καταναλωτών, των διανομέων και των επαγγελματιών του κλάδου των τροφίμων σχετικά με τους κοινοτικούς λογότυπους για τα προϊόντα με ΠΟΠ/ΠΓΕ και τα ΕΠΠΕ,

— ενθάρρυνση των ομάδων παραγωγών/μεταποιητών οικείων περιφερειών που δεν συμμετέχουν ακόμη σε αυτά τα καθεστώτα να χρησιμοποιήσουν το σύστημα, καταχωρίζοντας τις ονομασίες των προϊόντων που ικανοποιούν τις βασικές απαιτήσεις για την καταχώρισή τους,

— ενθάρρυνση των παραγωγών/μεταποιητών οι οποίοι δεν λαμβάνουν μέρος στα καθεστώτα, ώστε να συμμετάσχουν στην παραγωγή των προϊόντων που φέρουν καταχωρισμένες ονομασίες, ακολουθώντας τις εγκεκριμένες προδιαγραφές και τις απαιτήσεις επιθεώρησης που προβλέπονται για τις διάφορες προστατευόμενες ονομασίες,

— τόνωση της ζήτησης για τα οικεία προϊόντα, ενημερώνοντας τους καταναλωτές και τους διανομείς για την ύπαρξη, τη σημασία και τη χρησιμότητα των καθεστώτων, καθώς και ενημερώνοντάς τους για τους λογότυπους, τις προϋποθέσεις απονομής των χαρακτηρισμών, τους σχετικούς ελέγχους, την ιχνηλασιμότητα.

3. **Ομάδες-στόχοι**

— Παραγωγοί και μεταποιητές.

— Διανομείς (μεγάλες εταιρείες διανομής, χονδρέμποροι, έμποροι λιανικής, εταιρείες ομαδικής εστίασης, καντίνες, εστιατόρια).

— Καταναλωτές και οι ενώσεις τους.

— Διαμορφωτές της κοινής γνώμης.

4. **Βασικά μηνύματα**

— Τα προϊόντα που φέρουν προστατευόμενες ονομασίες παρουσιάζουν ειδικά χαρακτηριστικά που συνδέονται με τη γεωγραφική προέλευση· στην περίπτωση προϊόντων με ΠΟΠ, η ποιότητα και τα χαρακτηριστικά των προϊόντων συνδέονται κυρίως ή αποκλειστικά με το συγκεκριμένο γεωγραφικό περιβάλλον (με τους εγγενείς φυσικούς και ανθρώπινους παράγοντες που το χαρακτηρίζουν). Στην περίπτωση προϊόντων με ΠΓΕ, τα προϊόντα διαθέτουν ειδική ποιότητα ή φήμη που είναι δυνατόν να αποδοθεί στη γεωγραφική τους προέλευση και η γεωγραφική σύνδεση πρέπει να υφίσταται σε μία τουλάχιστον από τις φάσεις της παραγωγής, της μεταποίησης ή της παρασκευής.

— Τα ειδικά παραδοσιακά προϊόντα εγγυημένα έχουν ειδικά χαρακτηριστικά που συνδέονται με τις ειδικές παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής τους ή με τη χρήση παραδοσιακών πρώτων υλών.

— Οι κοινοτικοί λογότυποι για ΠΟΠ, ΠΓΕ και ΕΠΠΕ είναι σύμβολα με τα οποία γίνεται κατανοητό σε όλη την Κοινότητα ότι πρόκειται για προϊόντα τα οποία πληρούν ειδικές συνθήκες παραγωγής που συνδέονται με τη γεωγραφική τους προέλευση ή παράδοση και τα οποία υπόκεινται σε έλεγχο·

— Οι πτυχές που αφορούν την ποιότητα των υπόψη προϊόντων (ασφάλεια, θρεπτική και οργανοληπτική αξία, δυνατότητα προσδιορισμού της προέλευσης).

— Η παρουσίαση ορισμένων προϊόντων με ΠΟΠ, ΠΓΕ ή ΕΠΠΕ ως παραδειγματικών περιπτώσεων του δυναμικού που δημιουργεί η καταχώριση της ονομασίας του προϊόντος σε ένα καθεστώς προστασίας για την εμπορική του επιτυχία.

— Τα καθεστώτα προστασίας στηρίζουν την πολιτιστική κληρονομιά της Κοινότητας και υποστηρίζουν τη βιοποικιλότητα της γεωργικής παραγωγής, καθώς και τη διατήρηση του φυσικού χώρου.

5. **Βασικά μέσα**

— Ηλεκτρονικά (ιστοσελίδες στο διαδίκτυο).

— Επαφές δημοσίων σχέσεων με τα μέσα ενημέρωσης (εξειδικευμένος τύπος, γυναικείος τύπος, περιοδικά μαγειρικής).

— Επαφές με ενώσεις καταναλωτών.

— Ενημέρωση και επιδείξεις σε σημεία πώλησης.

— Οπτικοακουστικά μέσα ενημέρωσης (π.χ. εστιασμένα τηλεοπτικά μηνύματα).

— Γραπτή τεκμηρίωση (φυλλάδια, έντυπα, κ.λπ.).

— Συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις και επιδείξεις.

— Ενέργειες και σεμινάρια ενημέρωσης και κατάρτισης σχετικά με τη λειτουργία των κοινοτικών καθεστώτων για προϊόντα με ΠΟΠ, με ΠΓΕ ή ΕΠΠΕ.

6. **Διάρκεια και πεδίο εφαρμογής των προγραμμάτων**

Από 12 έως 36 μήνες. Θα προτιμηθούν πολυετή προγράμματα με σαφώς καθορισμένους στόχους και στρατηγική για κάθε φάση.

7. **Ενδεικτικός ετήσιος προϋπολογισμός για τον τομέα**

3 εκατομμύρια ευρώ.

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΓΡΑΦΙΚΟ ΣΥΜΒΟΛΟ ΤΩΝ ΑΚΡΩΣ ΑΠΟΜΑΚΡΥΣΜΕΝΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ

1. **Σφαιρική ανάλυση της κατάστασης**

Η παρούσα κατευθυντήρια γραμμή αναφέρεται στις άκρως απομακρυσμένες περιφέρειες, όπως ορίζονται στο άρθρο 299 παράγραφος 2 της συνθήκης. Η εξωτερική μελέτη αξιολόγησης δείχνει ότι η κοινοτική ενημερωτική εκστρατεία του 1998/99 σχετικά με το γραφικό σύμβολο (λογότυπο) των άκρως απομακρυσμένων περιφερειών κίνησε πραγματικό ενδιαφέρον από πλευράς των διαφόρων φορέων του τομέα.

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. **Στόχοι**

— Γνωστοποίηση της ύπαρξης, της σημασίας και των πλεονεκτημάτων του λογοτύπου.

— Ενθάρρυνση των παραγωγών και μεταποιητών των εν λόγω περιφερειών ώστε να χρησιμοποιούν τον λογότυπο.

— Βελτίωση των γνώσεων των διανομέων και των καταναλωτών όσον αφορά τον λογότυπο.

3. **Ομάδες-στόχοι**

— Τοπικοί παραγωγοί και μεταποιητές.

— Διανομείς και καταναλωτές.

— Διαμορφωτές της κοινής γνώμης.

4. **Βασικά μηνύματα**

— Ιδιότυπος, φυσικός χαρακτήρας του προϊόντος.

— Προέλευση από τις περιφέρειες της Κοινότητας.

— Ποιότητα (ασφάλεια, θρεπτική και οργανοληπτική αξία, μέθοδος παραγωγής, σύνδεση με την προέλευση)·

— Εξωτικός χαρακτήρας του προϊόντος.

— Ποικιλία της προσφοράς, ακόμη και εκτός εποχής.

— Δυνατότητα προσδιορισμού της προέλευσης (ιχνηλασιμότητα).

5. **Βασικά μέσα**

— Ηλεκτρονικά μέσα (Διαδίκτυο, κ.λπ.).

— Τηλεφωνική γραμμή παροχής πληροφοριών.

— Επαφές δημοσίων σχέσεων με τα μέσα ενημέρωσης (π.χ. εξειδικευμένος τύπος, γυναικείος τύπος, περιοδικά μαγειρικής)·

— Επιδείξεις στα σημεία πώλησης, εμπορικές εκθέσεις, κ.λπ.

— Επαφές με γιατρούς και διαιτολόγους.

— Άλλα μέσα (φυλλάδια, έντυπα, συνταγές, κλπ.).

— Οπτικοακουστικά μέσα ενημέρωσης.

— Διαφήμιση στον εξειδικευμένο και τοπικό τύπο.

6. **Διάρκεια και πεδίο εφαρμογής των προγραμμάτων**

Από 12 έως 36 μήνες.

7. **Ενδεικτικός ετήσιος προϋπολογισμός για τον τομέα**

1 εκατομμύριο ευρώ.

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ

1. **Σφαιρική ανάλυση της κατάστασης**

Η κατανάλωση προϊόντων βιολογικής καλλιέργειας είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη στα αστικά κέντρα, αλλά το μερίδιο αγοράς που καταλαμβάνουν αυτά τα προϊόντα παραμένει πολύ περιορισμένο.

Η ευαισθητοποίηση των καταναλωτών και άλλων ομάδων ενδιαφερομένων για τα χαρακτηριστικά της μεθόδου παραγωγής βιολογικών προϊόντων αυξάνεται, αλλά είναι ακόμη πολύ χαμηλή.

Στο κοινοτικό πρόγραμμα δράσης για τα βιολογικά τρόφιμα και τη βιολογική γεωργία [1], οι δράσεις ενημέρωσης και προώθησης θεωρούνται σημαντικό μέσο για την περαιτέρω ανάπτυξη της ζήτησης για βιολογικά τρόφιμα.

2. **Στόχοι**

Οι εκστρατείες ενημέρωσης και προώθησης δεν πρέπει να εστιάζονται σε ένα ή μερικά επιλεγέντα προϊόντα, αλλά σε ομάδες προϊόντων ή στο ίδιο το καθεστώς της βιολογικής καλλιέργειας και τον τρόπο εφαρμογής του σε μία ή περισσότερες περιφέρειες ή περισσοτέρων κρατών μελών.

Στόχοι των εκστρατειών αυτών πρέπει να είναι:

— ενθάρρυνση της κατανάλωσης τροφίμων που έχουν παραχθεί με βιολογικές μεθόδους,

— βελτίωση των γνώσεων των καταναλωτών όσον αφορά την επισήμανση και τον κοινοτικό λογότυπο για τα βιολογικά προϊόντα,

[1] COM(2004) 415 τελικό.

— παροχή εκτενών πληροφοριών και αύξηση της ευαισθητοποίησης όσον αφορά τα οφέλη από τη βιολογική καλλιέργεια, ιδίως για την προστασία του περιβάλλοντος, την ορθή μεταχείριση των ζώων, τη διατήρηση του φυσικού χώρου και την ανάπτυξη της υπαίθρου,

— παροχή εκτενών πληροφοριών για το περιεχόμενο και τη λειτουργία του κοινοτικού καθεστώτος για τη βιολογική γεωργία,

— ενθάρρυνση των παραγωγών, μεταποιητών και ομάδων παραγωγών/μεταποιητών/εμπόρων λιανικής που δεν συμμετέχουν στη βιολογική καλλιέργεια ώστε να μεταστραφούν σε αυτήν τη μέθοδο παραγωγής· ενθάρρυνση των εμπόρων λιανικής, ομίλων λιανικού εμπορίου και εστιατορίων ώστε να πωλούν βιολογικά προϊόντα.

3. **Ομάδες-στόχοι**

— Καταναλωτές, ενώσεις καταναλωτών και ειδικές υποομάδες καταναλωτών.

— Διαμορφωτές της κοινής γνώμης.

— Διανομείς (σούπερ-μάρκετ, χονδρέμποροι, ειδικευμένα καταστήματα λιανικής, εταιρείες ομαδικής εστίασης, καντίνες, εστιατόρια), μεταποιητές τροφίμων.

— Εκπαιδευτικοί και σχολεία.

4. **Βασικά μηνύματα**

— Τα προϊόντα βιολογικής γεωργίας είναι προϊόντα φυσικά, προσαρμοσμένα στη σύγχρονη καθημερινή ζωή, τα οποία καταναλώνονται ευχάριστα· παράγονται με μεθόδους παραγωγής που σέβονται το περιβάλλον και την καλή διαβίωση των ζώων· οι βιολογικές καλλιέργειες υποστηρίζουν τη διαφοροποίηση της γεωργικής παραγωγής καθώς και τη διατήρηση του φυσικού τοπίου.

— Τα προϊόντα υπόκεινται σε αυστηρούς κανόνες όσον αφορά την παραγωγή και την επιθεώρηση, συμπεριλαμβανόμενης της ιχνηλασιμότητας, ώστε να εξασφαλίζεται ότι τα προϊόντα προέρχονται από γεωργικές εκμεταλλεύσεις που υπόκεινται σε σύστημα ελέγχου.

— Η χρήση στον τομέα των τροφίμων των λέξεων «οικολογικό» και «βιολογικό», και των ισοδυνάμων τους σε άλλες γλώσσες, προστατεύεται βάσει της νομοθεσίας.

— Ο κοινοτικός λογότυπος αποτελεί το σύμβολο για τα βιολογικά προϊόντα, το οποίο είναι κατανοητό σε όλη την Κοινότητα και σημαίνει ότι τα προϊόντα πληρούν αυστηρά κοινοτικά κριτήρια παραγωγής και έχουν ελεγχθεί αυστηρά. Οι πληροφορίες για τον κοινοτικό λογότυπο μπορούν να συμπληρωθούν με πληροφορίες για λογοτύπους που έχουν θεσπιστεί από τα κράτη μέλη.

— Μπορούν να υπογραμμιστούν άλλες πτυχές που αφορούν την ποιότητα των προϊόντων (ασφάλεια, θρεπτική και οργανοληπτική αξία).

5. **Βασικά μέσα**

— Ηλεκτρονικά (ιστοσελίδες στο διαδίκτυο).

— Τηλεφωνικές γραμμές παροχής πληροφοριών.

— Επαφές δημοσίων σχέσεων με τα μέσα ενημέρωσης (ειδικευμένοι δημοσιογράφοι, γυναικείος τύπος, περιοδικά μαγειρικής, περιοδικά τις βιομηχανίας τροφίμων).

— Επαφές με τις ενώσεις καταναλωτών.

— Ενημέρωση στα σημεία πώλησης.

— Εκδηλώσεις στα σχολεία.

— Οπτικοακουστικά μέσα ενημέρωσης (π.χ. εστιασμένα τηλεοπτικά μηνύματα).

— Γραπτή τεκμηρίωση (φυλλάδια, έντυπα, κλπ.).

— Συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις και επιδείξεις.

— Ενέργειες και σεμινάρια ενημέρωσης και κατάρτισης σχετικά με τη λειτουργία του κοινοτικού καθεστώτος για τα βιολογικά τρόφιμα και τη βιολογική γεωργία.

6. **Διάρκεια των προγραμμάτων**

Από 12 έως 36 μήνες. Θα προτιμηθούν πολυετή προγράμματα με σαφώς καθορισμένους στόχους και στρατηγική για κάθε φάση.

7. **Ενδεικτικός ετήσιος προϋπολογισμός για τον τομέα**

3 εκατομμύρια ευρώ.