I

(Besluiten waarvan de publicatie voorwaarde is voor de toepassing)

VERORDENING (EG) Nr. 1071/2005 VAN DE COMMISSIE

van 1 juli 2005

houdende uitvoeringsbepalingen van Verordening (EG) nr. 2826/2000 van de Raad betreffende voorlichtings- en afzetbevorderingsacties voor landbouwproducten op de binnenmarkt

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap,

Gelet op Verordening (EG) nr. 2826/2000 van de Raad van 19 december 2000 betreffende voorlichtings- en afzetbevorderingsacties voor landbouwproducten op de binnenmarkt ([1]), en met name op artikel 4, artikel 5, lid 1, en de artikelen 6 en 12,

Overwegende hetgeen volgt:

(1) Gezien de ervaring die de vorige jaren is opgedaan, moet worden overgegaan tot wijziging van Verordening (EG) nr. 94/2002 van de Commissie van 18 januari 2002 houdende uitvoeringsbepalingen van Verordening (EG) nr. 2826/2000 van de Raad betreffende voorlichtings- en afzetbevorderingsacties voor landbouwproducten op de binnenmarkt ([2]). In het belang van de duidelijkheid en de logica moet Verordening (EG) nr. 94/2002 worden ingetrokken en vervangen door een nieuwe verordening.

(2) Voor een goed beheer moet worden bepaald dat de lijsten van thema's en producten waarvoor voorlichtings- en afzetbevorderingsacties voor landbouwproducten op de binnenmarkt worden opgezet, opgesteld en regelmatig bijgewerkt moeten worden, dat de voor de toepassing van deze verordening verantwoordelijke nationale autoriteiten moeten worden aangewezen en welke de looptijd van de programma's is.

(3) Om de consument voor te lichten en te beschermen, moet worden vastgesteld dat, wanneer in een programma een boodschap over de voedingswaarde van een landbouwproduct tot de consumenten en andere doelgroepen wordt gericht, die boodschap op een erkende wetenschappelijke basis moet berusten en de bronnen van die informatie erkend moeten zijn.

(4) Om elk gevaar van concurrentievervalsing te voorkomen, moeten algemene richtsnoeren en richtlijnen worden vastgesteld met betrekking tot de producten waarvoor voorlichtings- en afzetbevorderingsacties worden opgezet.

(5) Met het oog op de rechtszekerheid moet worden bepaald dat de voorgestelde programma's met name moeten voldoen aan de communautaire regelgeving inzake de betrokken producten en de afzet ervan, en aan de hierboven genoemde richtsnoeren.

(6) Met het oog op het vrije dienstenverkeer en een zo ruim mogelijke concurrentie moet de procedure voor de indiening van de programma's en voor de selectie van het uitvoeringsorgaan worden vastgesteld en hierbij moet, met name wanneer de indienende organisatie een publiekrechtelijke instelling is, rekening worden gehouden met Richtlijn 92/50/EEG van de Raad van 18 juni 1992 betreffende de coördinatie van de procedures voor het plaatsen van overheidsopdrachten voor dienstverlening ([3]).

(7) Om de naleving van de communautaire regels te waarborgen en de doeltreffendheid van de acties te garanderen, moeten de criteria worden vastgesteld aan de hand waarvan de programma's door de lidstaten worden geselecteerd en de geselecteerde programma's door de Commissie worden onderzocht. Na het onderzoek van de programma's beslist de Commissie welke programma's worden aanvaard en stelt zij de desbetreffende begrotingen vast.

(8) Voor programma's waarbij meerdere lidstaten betrokken zijn, moeten maatregelen worden vastgesteld om ervoor te zorgen dat die lidstaten met het oog op de indiening en het onderzoek van de programma's onderling overleg plegen.

(9) Met het oog op een goed financieel beheer moet in de programma's worden vastgesteld hoe de lidstaten en de indienende organisaties tot de financiering van de programma's kunnen bijdragen.

([1]) PB L 328 van 23.12.2000, blz. 2. Verordening laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 2060/2004 (PB L 357 van 2.12.2004, blz. 3).

([2]) PB L 17 van 19.1.2002, blz. 20. Verordening laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 422/2005 (PB L 68 van 15.3.2005, blz. 5).

([3]) PB L 209 van 24.7.1992, blz. 1. Richtlijn ingetrokken met ingang van 31 januari 2006 bij Richtlijn 2004/18/EG van het Europees Parlement en de Raad (PB L 134 van 30.4.2004, blz. 114).

(10) De verschillende bepalingen voor de uitvoering van de aangegane verplichtingen moeten worden vastgelegd in contracten die binnen een redelijke termijn tussen de belanghebbenden en de bevoegde nationale autoriteiten worden gesloten op basis van standaardcontracten die de Commissie ter beschikking stelt van de lidstaten.

(11) Om het gevaar van dubbele financiering af te wenden, moet worden bepaald dat voorlichtings- en afzetbevorderingsacties waarvoor steun wordt verleend in het kader van Verordening (EG) nr. 1257/1999 van de Raad van 17 mei 1999 inzake steun voor plattelandsontwikkeling uit het Europees Oriëntatie- en Garantiefonds voor de Landbouw (EOGFL) en tot wijziging en intrekking van een aantal verordeningen ([1]), niet in aanmerking komen voor steun in het kader van Verordening (EG) nr. 2826/2000.

(12) Als garantie voor een goede uitvoering van het contract moet de contractant bij de bevoegde nationale autoriteit een zekerheid stellen ten belope van 15 % van de bijdragen van de Gemeenschap en van de betrokken lidstaten. Met hetzelfde doel moet hij ook een zekerheid stellen telkens wanneer hij voor elke fase van twaalf maanden een voorschot aanvraagt.

(13) De door de lidstaten uit te voeren controles moeten worden vastgesteld.

(14) Er moet worden vastgesteld dat de uitvoering van de in de contracten opgenomen acties een primaire eis vormt in de zin van artikel 20 van Verordening (EEG) nr. 2220/85 van de Commissie van 22 juli 1985 tot vaststelling van gemeenschappelijke uitvoeringsbepalingen inzake de regeling voor het stellen van zekerheden voor landbouwproducten ([2]).

(15) Gelet op de eisen inzake het begrotingsbeheer moet worden voorzien in een geldstraf voor het geval dat de aanvragen voor tussentijdse betalingen niet worden ingediend of de termijn voor de indiening daarvan niet in acht wordt genomen, of voor het geval dat de betalingen van de lidstaten niet tijdig worden uitgevoerd.

(16) Ter wille van een goed financieel beheer en om te voorkomen dat de financiële bijdrage van de Gemeenschap volledig wordt uitbetaald via de tussentijdse betalingen, zodat er geen saldo meer te betalen valt, moet worden vastgesteld dat het voorschot en de tussentijdse betalingen de drempel van 80 % van de bijdragen van de Gemeenschap en van de lidstaten niet mogen overschrijden. Om dezelfde reden moet de aanvraag om betaling van het saldo binnen een bepaalde termijn bij de bevoegde nationale autoriteit worden ingediend.

(17) De lidstaten moeten al het voorlichtings- en afzetbevorderingsmateriaal dat in het kader van de programma's is geproduceerd, verifiëren. De voorwaarden voor het gebruik ervan na afloop van de programma's moeten worden vastgesteld.

(18) In het licht van de opgedane ervaring en met het oog op een goed beheer van de programma's moeten bepalingen worden vastgesteld inzake het toezicht door de groep die met dat doel is opgericht op grond van Verordening (EG) nr. 2826/2000.

(19) Het blijkt noodzakelijk dat de lidstaten de uitvoering van de acties controleren en dat de Commissie op de hoogte wordt gehouden van de resultaten van de in deze verordening bedoelde verificatie- en controlemaatregelen. Met het oog op een goed financieel beheer dient te worden voorzien in samenwerking tussen de lidstaten, wanneer de acties worden uitgevoerd in een andere lidstaat dan die waar de bevoegde contractsluitende organisatie is gevestigd.

(20) Met het oog op een doeltreffende bescherming van de financiële belangen van de Gemeenschap moeten gepaste maatregelen ter bestrijding van fraude en ernstige nalatigheid worden getroffen. Hiertoe moeten bepalingen inzake terugbetalingen en sancties worden vastgesteld.

(21) Er dient duidelijk te worden vastgesteld dat voor de meerjarenprogramma's na afloop van elke fase van twaalf maanden een intern evaluatieverslag moet worden overgelegd, zelfs wanneer geen betalingsaanvraag is ingediend.

(22) De door de begunstigde te betalen rentevoet voor onverschuldigde betalingen moet in overeenstemming worden gebracht met de in artikel 86 van Verordening (EG, Euratom) nr. 2342/2002 van de Commissie van 23 december 2002 tot vaststelling van uitvoeringsvoorschriften van Verordening (EG, Euratom) nr. 1605/2002 van de Raad houdende het Financieel Reglement van toepassing op de algemene begroting van de Europese Gemeenschappen ([3]) bedoelde rentevoet voor schuldvorderingen die op de vervaldag niet zijn voldaan.

(23) Om de overschakeling van Verordening (EG) nr. 94/2002 naar de onderhavige verordening te vergemakkelijken, moeten overgangsbepalingen worden vastgesteld voor de voorlichtings- en afzetbevorderingsprogramma's waarover de Commissie vóór de inwerkingtreding van de onderhavige verordening een financieringsbesluit heeft genomen.

(24) De in deze verordening vervatte maatregelen zijn in overeenstemming met het advies van het gezamenlijke Comité van beheer „Afzetbevordering van landbouwproducten",

([1]) PB L 160 van 26.6.1999, blz. 80. Verordening laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 2223/2004 (PB L 379 van 24.12.2004, blz. 1).

([2]) PB L 205 van 3.8.1985, blz. 5. Verordening laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 673/2004 (PB L 105 van 14.4.2004, blz. 17).

([3]) PB L 357 van 31.12.2002, blz. 1.

HEEFT DE VOLGENDE VERORDENING VASTGESTELD:

HOOFDSTUK 1

ALGEMENE BEPALINGEN

Artikel 1

Onderwerp en definities

Bij deze verordening worden de toepassingsbepalingen van Verordening (EG) nr. 2826/2000 vastgesteld, met name inzake het opstellen, selecteren, ten uitvoer leggen, financieren en controleren van de in artikel 6, lid 1, van die verordening bedoelde programma's, en worden de regels vastgesteld voor de door de lidstaten en de Gemeenschap gecofinancierde, in artikel 7, lid 1, van die verordening bedoelde programma's.

Onder „programma" wordt verstaan: een geheel van coherente acties met een reikwijdte die groot genoeg is om de voorlichting over de betrokken producten en de afzet ervan te helpen bevorderen.

Artikel 2

Aanwijzing van de bevoegde autoriteiten

De lidstaten wijzen de bevoegde autoriteiten aan die met de toepassing van deze verordening worden belast (hierna „de bevoegde nationale autoriteiten" genoemd).

Zij stellen de Commissie in kennis van de naam en alle contactgegevens van de aangewezen autoriteit, alsook van eventuele veranderingen daarin.

De Commissie maakt deze gegevens in een passende vorm bekend.

Artikel 3

Looptijd van de programma's

De programma's worden uitgevoerd over een periode van minimaal één en maximaal drie jaar, te rekenen vanaf de datum van inwerkingtreding van het desbetreffende, in artikel 11, lid 1, bedoelde contract.

Artikel 4

Kenmerken van de in het kader van de programma's verspreide boodschappen inzake voorlichting en afzetbevordering

1. Overeenkomstig de in artikel 3 van Verordening (EG) nr. 2826/2000 bedoelde criteria moet elke boodschap inzake voorlichting of afzetbevordering die in het kader van de programma's tot de consumenten en andere doelgroepen wordt gericht (hierna „de boodschap" genoemd), gebaseerd zijn op de intrinsieke eigenschappen of kenmerken van het betrokken product.

2. Elke verwijzing naar de oorsprong van de producten moet ondergeschikt zijn aan de hoofdboodschap van de campagne. De oorsprong van een product mag wel worden vermeld in een voorlichtings- of afzetbevorderingsactie, wanneer het gaat om een aanduiding in het kader van de communautaire regelgeving of om een voorbeeldproduct waarmee de voorlichtings- of afzetbevorderingsactie wordt geïllustreerd.

3. Elke verwijzing in de boodschap naar een met de consumptie van het betrokken product samenhangend gezondheidseffect moet gebaseerd zijn op algemeen erkende wetenschappelijke gegevens.

Boodschappen met dergelijke verwijzingen moeten worden goedgekeurd door de voor volksgezondheid bevoegde nationale autoriteit.

De in artikel 6, lid 1, van Verordening (EG) nr. 2826/2000 bedoelde beroeps- of bedrijfskolomorganisatie die een programma indient, moet de lijst van wetenschappelijke studies en van door erkende wetenschappelijke instellingen opgestelde adviezen waarop de naar gezondheidseffecten verwijzende boodschappen die in het programma zijn opgenomen, zijn gebaseerd, ter beschikking houden van de betrokken lidstaat en de Commissie.

Artikel 5

Lijst van thema's en producten

De lijst van de in artikel 3 van Verordening (EG) nr. 2826/2000 bedoelde thema's en producten is opgenomen in bijlage I bij de onderhavige verordening.

Deze lijst wordt om de twee jaar, uiterlijk op 31 maart, bijgewerkt.

Artikel 6

Door de lidstaten en de Gemeenschap gecofinancierde programma's

Bij toepassing van artikel 7 van Verordening (EG) nr. 2826/2000 zijn de in artikel 8, leden 1, 2 en 3, van de onderhavige verordening vastgestelde procedure en de bepalingen van de artikelen 10 tot en met 19 van de onderhavige verordening van toepassing.

De contracten voor de betrokken programma's worden gesloten tussen de betrokken lidstaten en de geselecteerde uitvoeringsorganen.

HOOFDSTUK 2

SELECTIE VAN DE IN ARTIKEL 6 VAN VERORDENING (EG) Nr. 2826/2000 BEDOELDE PROGRAMMA'S

Artikel 7

Indiening van de programma's en voorafgaande selectie door de lidstaten

1. Voor de uitvoering van de acties in het kader van de programma's doet de betrokken lidstaat elk jaar een oproep tot het indienen van voorstellen.

Uiterlijk op 30 november dienen de beroeps- en bedrijfskolomorganisaties in de Gemeenschap die representatief zijn voor de betrokken sector (hierna „de indienende organisaties" genoemd), hun programma's in bij de lidstaat.

De programma's worden ingediend volgens een model dat door de Commissie is opgesteld en op haar website kan worden opgevraagd. Het model wordt als bijlage opgenomen bij de in de eerste alinea genoemde oproep tot het indienen van voorstellen.

2. De overeenkomstig lid 1 ingediende programma's zijn in overeenstemming met:

a) de communautaire regelgeving over de betrokken producten en de afzet ervan;

b) de in artikel 5 van Verordening (EG) nr. 2826/2000 bedoelde en in bijlage II bij de onderhavige verordening opgenomen richtsnoeren voor afzetbevordering op de binnenmarkt;

c) het door de betrokken lidstaten bekendgemaakte bestek met uitsluitings-, selectie- en gunningscriteria.

De programma's moeten voldoende worden uitgewerkt, zodat kan worden nagegaan of ze in overeenstemming zijn met de geldende regelgeving en de prijs-kwaliteitverhouding ervan kan worden beoordeeld.

De lidstaten stellen de voorlopige lijst van de door hen geselecteerde programma's vast aan de hand van de criteria die zijn vastgesteld in het in de eerste alinea, onder c), bedoelde bestek.

3. Elke indienende organisatie selecteert, na een inschrijvingsprocedure volgens passende en door de lidstaat geverifieerde methoden, één of meer uitvoeringsorganen die met de tenuitvoerlegging van haar programma's worden belast. Indien deze selectie is gebeurd vóór het programma is ingediend, mag het uitvoeringsorgaan aan het uitwerken van dat programma deelnemen.

4. Wanneer het gaat om een programma waarbij waarschijnlijk meerdere lidstaten worden betrokken, plegen de betrokken lidstaten overleg over de selectie van het programma en wijzen met name een coördinerende lidstaat aan. Zij verbinden zich er met name toe om overeenkomstig artikel 10, lid 2, bij te dragen tot de financiering van het programma en om, in het belang van het toezicht op en de uitvoering en de controle van het programma, op administratief gebied samen te werken.

Artikel 8

Selectie van de programma's door de Commissie

1. De lidstaten zenden de Commissie jaarlijks uiterlijk op 15 februari de in artikel 7, lid 2, bedoelde lijst, met daarbij in voorkomend geval de lijst van de uitvoeringsorganen die zij overeenkomstig artikel 7, lid 3, hebben geselecteerd, alsmede een kopie van de programma's.

Voor programma's waarbij meerdere lidstaten betrokken zijn, wordt deze mededeling door de betrokken lidstaten gezamenlijk gedaan in onderlinge overeenstemming.

2. Wanneer de Commissie constateert dat een ingediend programma in zijn geheel of gedeeltelijk niet aan de communautaire regelgeving of aan de richtsnoeren voor afzetbevordering op de binnenmarkt voldoet en dus in zijn geheel of gedeeltelijk niet voor steun in aanmerking komt, stelt de Commissie de betrokken lidstaten daarvan in kennis binnen 60 kalenderdagen na ontvangst van de in artikel 7, lid 2, bedoelde lijst.

3. Na de in lid 2 van het onderhavige artikel bedoelde kennisgeving zenden de lidstaten, overeenkomstig artikel 6, lid 3, derde alinea, van Verordening (EG) nr. 2826/2000, de herziene programma's binnen 30 kalenderdagen aan de Commissie.

Na verificatie van de herziene programma's beslist de Commissie, volgens de in artikel 13, lid 2, van Verordening (EG) nr. 2826/2000 bedoelde procedure, uiterlijk op 30 juni welke programma's zij op grond van de in bijlage II bij de onderhavige verordening opgenomen indicatieve begrotingen kan cofinancieren.

4. De indienende organisatie is verantwoordelijk voor een goede uitvoering en een goed beheer van het geselecteerde programma.

Artikel 9

Goedkeuring van de uitvoeringsorganen

1. De selectie van het uitvoeringsorgaan overeenkomstig artikel 7, lid 3, wordt eerst door de lidstaat goedgekeurd en vervolgens door die lidstaat aan de Commissie gemeld vóór de ondertekening van het in artikel 11, lid 1, bedoelde contract.

De lidstaat verifieert of het geselecteerde uitvoeringsorgaan, conform artikel 10, lid 1, van Verordening (EG) nr. 2826/2000, over de nodige financiële en technische middelen beschikt om de acties met optimale efficiëntie uit te voeren. De lidstaat stelt de Commissie in kennis van de hiertoe gevolgde procedure.

2. De indienende organisatie kan overeenkomstig artikel 6, lid 5, van Verordening (EG) nr. 2826/2000 toestemming krijgen om bepaalde delen van het programma zelf uit te voeren, mits aan de volgende voorwaarden is voldaan:

a) het uitvoeringsvoorstel moet voldoen aan de bepalingen van artikel 10, lid 1, van Verordening (EG) nr. 2826/2000;

b) de indienende organisatie moet beschikken over ten minste vijf jaar ervaring met de uitvoering van soortgelijke acties;

c) de kosten voor het door de indienende organisatie uit te voeren gedeelte mogen niet meer dan 50 % van de totale kosten van het programma bedragen, behalve in naar behoren gemotiveerde uitzonderlijke gevallen en na schriftelijke toestemming van de Commissie;

d) de indienende organisatie moet zich ervan vergewissen dat de kostprijs van de door haar uit te voeren acties niet hoger ligt dan de gebruikelijke markttarieven.

De lidstaat verifieert of deze voorwaarden in acht worden genomen.

3. Indien de indienende organisatie een publiekrechtelijke instelling is in de zin van artikel 1, onder b), tweede alinea, van Richtlijn 92/50/EEG, treffen de lidstaten de nodige maatregelen om ervoor te zorgen dat de aanbestedende diensten toezien op de naleving van de bepalingen van die richtlijn.

HOOFDSTUK 3

BEPALINGEN INZAKE DE FINANCIERING VAN DE PROGRAMMA'S

Artikel 10

Financiële bijdrage

1. De financiële bijdrage van de Gemeenschap wordt betaald aan de betrokken lidstaten.

2. Wanneer meerdere lidstaten bijdragen in de financiering van een programma, vervolledigt hun aandeel de financiële inbreng van de op hun respectieve grondgebied gevestigde indienende organisatie. Onverminderd artikel 9 van Verordening (EG) nr. 2826/2000 bedraagt de financiële bijdrage van de Gemeenschap in een dergelijk geval niet meer dan 50 % van de totale kosten van het programma.

3. De in artikel 9 van Verordening (EG) nr. 2826/2000 bedoelde financiële bijdragen moeten in het aan de Commissie meegedeelde programma worden weergegeven.

4. Voorlichtings- en afzetbevorderingsactiviteiten waarvoor steun wordt verleend in het kader van Verordening (EG) nr. 1257/1999, komen niet in aanmerking voor een financiële bijdrage van de Gemeenschap in het kader van de onderhavige verordening.

Artikel 11

Het sluiten van het contract en het stellen van de zekerheid

1. Zodra de Commissie het in artikel 8, lid 3, bedoelde besluit heeft genomen, wordt elke indienende organisatie door de lidstaat ingelicht over het aan haar aanvraag gegeven gevolg.

De lidstaten sluiten contracten met de geselecteerde indienende organisaties binnen 90 kalenderdagen na de kennisgeving van het in artikel 8, lid 3, bedoelde besluit van de Commissie. Na het verstrijken van die termijn mag geen enkel contract meer worden gesloten zonder voorafgaande toestemming van de Commissie.

2. De lidstaten gebruiken de standaardcontracten die de Commissie hun ter beschikking stelt.

Zo nodig mogen de lidstaten bepaalde voorwaarden van de standaardcontracten wijzigen om rekening te houden met nationale voorschriften, voorzover dit geen afbreuk doet aan de communautaire regelgeving.

3. Het contract kan door de twee partijen pas worden gesloten, nadat de indienende organisatie, als garantie voor de goede uitvoering van het contract, overeenkomstig titel III van Verordening (EEG) nr. 2220/85 een zekerheid ten gunste van de lidstaat heeft gesteld ter waarde van 15 % van de maximale jaarlijkse bijdrage van de Gemeenschap en van de betrokken lidstaten.

Indien de indienende organisatie evenwel een publiekrechtelijke instelling is of onder toezicht van een dergelijke instelling optreedt, kan de bevoegde nationale autoriteit een aan het in de eerste alinea vastgestelde percentage gelijkwaardige schriftelijke zekerheid van de toezichthoudende instelling aanvaarden, op voorwaarde dat die instelling zich ertoe verbindt:

a) toe te zien op de correcte uitvoering van de aangegane verplichtingen, en

b) na te gaan of de ontvangen bedragen daadwerkelijk voor de uitvoering van de aangegane verplichtingen worden gebruikt.

Het bewijs dat de zekerheid is gesteld, moet in het bezit van de lidstaat zijn vóór de in lid 1 genoemde termijn is verstreken.

4. De primaire eis in de zin van artikel 20 van Verordening (EEG) nr. 2220/85 is de uitvoering van de in het contract opgenomen acties.

5. De lidstaat verstrekt de Commissie onmiddellijk een kopie van het contract en het bewijs van het stellen van de zekerheid.

De lidstaat verstrekt de Commissie tevens een kopie van het contract dat de geselecteerde indienende organisatie met het uitvoeringsorgaan heeft gesloten. In dit laatste contract is bepaald dat het uitvoeringsorgaan verplicht is zich aan de in artikel 20 bedoelde controles te onderwerpen.

Artikel 12

Regeling voor de voorschotten

1. Binnen 30 kalenderdagen na de ondertekening van het in artikel 11, lid 1, bedoelde contract en, voor meerjarenprogramma's, binnen 30 dagen na het begin van elke fase van 12 maanden, kan de contractsluitende organisatie bij de lidstaat een voorschotaanvraag indienen, die vergezeld moet gaan van de in lid 3 van het onderhavige artikel bedoelde zekerheid. Na het verstrijken van die termijn kan geen voorschot meer worden aangevraagd.

Het voorschot mag niet meer bedragen dan 30 % van de in artikel 9, leden 2 en 3, van Verordening (EG) nr. 2826/2000 bedoelde jaarlijkse bijdragen van de Gemeenschap en de betrokken lidstaat/lidstaten.

2. De lidstaat betaalt het voorschot binnen 30 kalenderdagen na de indiening van de voorschotaanvraag. Bij overschrijding van deze termijn is artikel 4 van Verordening (EG) nr. 296/96 van de Commissie ([1]) van toepassing.

3. Het voorschot wordt slechts betaald als de contractsluitende organisatie overeenkomstig titel III van Verordening (EEG) nr. 2220/85 een zekerheid ten gunste van de lidstaat heeft gesteld ter waarde van 110 % van dit voorschot. De lidstaat verstrekt de Commissie onmiddellijk een kopie van de voorschotaanvraag en een bewijs van het stellen van de overeenkomstige zekerheid.

Indien de contractsluitende organisatie evenwel een publiekrechtelijke instelling is of onder toezicht van een dergelijke instelling optreedt, kan de bevoegde nationale autoriteit een aan het in de eerste alinea vastgestelde percentage gelijkwaardige schriftelijke zekerheid van de toezichthoudende instelling aanvaarden, op voorwaarde dat die instelling zich ertoe verbindt het door de zekerheid gedekte bedrag uit te keren indien niet kan worden bewezen dat de betrokkene recht heeft op het voorgeschoten bedrag.

Artikel 13

Tussentijdse betalingen

1. De aanvragen om tussentijdse betaling van de bijdrage van de Gemeenschap en van de bijdragen van de lidstaten worden door de indienende organisaties bij de lidstaten ingediend vóór het einde van de kalendermaand die volgt op het einde van elk kwartaal, waarbij de berekening van de kwartalen ingaat op de datum van ondertekening van het in artikel 11, lid 1, bedoelde contract.

Deze aanvragen betreffen de in het betrokken kwartaal gedane uitgaven en gaan vergezeld van een financieel overzicht, een kopie van de betrokken facturen en bewijsstukken, en een tussentijds verslag over de uitvoering van het contract voor het betrokken kwartaal (hierna „het kwartaalverslag" genoemd). Wanneer in het betrokken kwartaal geen betaling is verricht of geen enkele activiteit heeft plaatsgevonden, worden die documenten bij de bevoegde nationale autoriteit ingediend binnen de in de eerste alinea bedoelde termijn.

Wanneer de aanvraag om tussentijdse betaling samen met de in de tweede alinea bedoelde documenten te laat wordt ingediend, wordt het te betalen bedrag met 3 % per volle maand vertraging verlaagd, tenzij er sprake is van overmacht.

2. De tussentijdse betaling wordt pas verricht nadat de lidstaat de in lid 1, eerste alinea, bedoelde documenten heeft geverifieerd.

3. De tussentijdse betaling en de betaling van het in artikel 12 bedoelde voorschot mogen in totaal niet meer bedragen dan 80 % van de totale, in artikel 9, leden 2 en 3, van Verordening (EG) nr. 2826/2000 bedoelde jaarlijkse financiële bijdragen van de Gemeenschap en van de betrokken lidstaten. Wanneer dit percentage is bereikt, kunnen geen nieuwe aanvragen om tussentijdse betaling meer worden ingediend.

Artikel 14

Betaling van het saldo

1. De aanvraag om betaling van het saldo wordt door de indienende organisatie bij de lidstaat ingediend binnen vier maanden na de datum waarop de acties die voor het betrokken jaar zijn opgenomen in het in artikel 11, lid 1, bedoelde contract, zijn voltooid.

([1]) PB L 39 van 17.2.1996, blz. 5. Verordening laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 605/2005 (PB L 100 van 20.4.2005, blz. 11).

Deze aanvraag wordt slechts als ontvankelijk beschouwd, als zij vergezeld gaat van een uit de volgende elementen bestaand verslag (hierna „het jaarverslag"genoemd):

a) een overzicht van de verwezenlijkingen en een beoordeling van de resultaten die op de datum van het verslag kunnen worden geconstateerd;

b) een financieel overzicht van alle geplande en gedane uitgaven.

Het jaarverslag gaat vergezeld van een kopie van de facturen en bewijsstukken die betrekking hebben op de verrichte betalingen.

Wanneer de aanvraag om betaling van het saldo te laat wordt ingediend, wordt het saldo met 3 % per volle maand vertraging verlaagd, tenzij er sprake is van overmacht.

2. Het saldo wordt pas betaald nadat de lidstaat de in lid 1, derde alinea, bedoelde facturen en documenten heeft geverifieerd.

Het saldo wordt verlaagd in verhouding tot de mate waarin niet aan de in artikel 11, lid 4, bedoelde primaire eis is voldaan.

Artikel 15

Door de lidstaat te verrichten betalingen

De lidstaat verricht de in de artikelen 13 en 14 bedoelde betalingen binnen 60 kalenderdagen na de datum van ontvangst van de betalingsaanvraag.

Deze termijn kan evenwel op elk ogenblik van de periode van 60 dagen na de eerste registratie van de betalingsaanvraag worden geschorst door aan de schuldeisende contractsluitende organisatie te melden dat haar aanvraag niet in aanmerking kan worden genomen omdat de vordering niet ontvankelijk of niet invorderbaar is, of omdat zij niet wordt gestaafd door de bewijsstukken die voor alle andere aanvragen vereist zijn, of omdat de lidstaat nadere gegevens of verificaties noodzakelijk acht. De termijn begint weer verder te lopen vanaf de datum waarop de gevraagde nadere gegevens worden ontvangen of de lidstaat de verificaties heeft verricht, met dien verstande dat voor het overleggen van de gegevens en het verrichten van de verificaties een termijn van 30 kalenderdagen na de melding geldt.

Behoudens overmacht leidt elke overschrijding van de betalingstermijn ertoe dat het door de Commissie aan de lidstaten betaalde maandelijkse voorschot wordt verlaagd overeenkomstig artikel 4 van Verordening (EG) nr. 296/96.

Artikel 16

Zekerheid

1. De in artikel 12, lid 3, bedoelde zekerheid wordt vrijgegeven voorzover de betrokken lidstaat heeft vastgesteld dat de betrokkene definitief recht heeft op het voorgeschoten bedrag.

2. De in artikel 11, lid 3, bedoelde zekerheid is geldig tot de betaling van het saldo en wordt vrijgegeven op basis van een brief terzake van de bevoegde nationale autoriteit.

Voor het vrijgeven van de zekerheid gelden de in artikel 15 bedoelde termijnen en voorwaarden inzake de betaling van het saldo.

3. Verbeurde zekerheden en opgelegde boetes worden, voor het met de communautaire financiering overeenkomende gedeelte, in mindering gebracht op de bij het Europees Oriëntatie- en Garantiefonds voor de Landbouw (EOGFL), afdeling Garantie, gedeclareerde uitgaven.

Artikel 17

Bij de Commissie in te dienen documenten

1. Het jaarverslag wordt na afloop van elke jaarfase ingediend, zelfs wanneer geen aanvraag om betaling van het saldo is ingediend.

2. De lidstaat dient binnen 30 kalenderdagen na de betaling van het in artikel 14, lid 2, bedoelde saldo de in artikel 14, lid 1, tweede alinea, onder a) en b), bedoelde overzichten in bij de Commissie.

3. De lidstaat zendt overeenkomstig artikel 13 twee maal per jaar de voor de tussentijdse betaling vereiste kwartaalverslagen aan de Commissie.

Het eerste en het tweede kwartaalverslag worden binnen 60 kalenderdagen na ontvangst van het tweede kwartaalverslag door de lidstaat verstuurd, en het derde en het vierde kwartaalverslag worden bij de in lid 2 bedoelde overzichten gevoegd.

Het kwartaalverslag over het vierde kwartaal mag worden verwerkt in het jaarverslag over het afgelopen jaar.

4. Binnen 30 kalenderdagen na betaling van het saldo stuurt de lidstaat de Commissie een financieel overzicht van de in het kader van het contract gedane uitgaven toe, aan de hand van een model dat de Commissie heeft opgesteld en aan de lidstaten heeft gestuurd. Dat overzicht gaat vergezeld van een door de lidstaat opgesteld, met redenen omkleed advies over de uitvoering van de voor de afgelopen fase geplande taken.

Voorts wordt in het overzicht verklaard dat, gezien de overeenkomstig artikel 13, lid 2, en artikel 14, lid 2, uitgevoerde controles, alle uitgaven als subsidiabel kunnen worden beschouwd overeenkomstig de bepalingen van het contract.

HOOFDSTUK 4

TOEZICHT EN CONTROLES

Artikel 18

Gebruik van het materiaal

1. De lidstaten verifiëren of het voorlichtings- en afzetbevorderingsmateriaal dat in het kader van de op grond van deze verordening gefinancierde programma's wordt geproduceerd of gebruikt, in overeenstemming is met de communautaire regelgeving.

Zij stellen de Commissie in het bezit van het goedgekeurde materiaal.

2. Alle in het kader van een in lid 1 bedoeld programma geproduceerd en gefinancierd materiaal, met inbegrip van de grafische, visuele en audiovisuele ontwerpen en de internetsites, mag later worden gebruikt met de voorafgaande schriftelijke toestemming van de Commissie, de betrokken indienende organisaties en de tot de financiering van het programma bijdragende lidstaten, en met inachtneming van de rechten die voor de contractanten voortvloeien uit de nationale wetgeving die op het contract van toepassing is.

Artikel 19

Toezicht op de programma's

1. De in artikel 10, lid 2, van Verordening (EG) nr. 2826/2000 bedoelde toezichtgroep komt geregeld samen om de voortgang van de op grond van de onderhavige verordening gesubsidieerde programma's te volgen.

Hiertoe wordt de toezichtgroep voor elk programma in kennis gesteld van het tijdschema voor de geplande acties, de kwartaal- en jaarverslagen en de resultaten van de op grond van de artikelen 13, 14 en 20 van de onderhavige verordening uitgevoerde controles.

De groep wordt voorgezeten door een vertegenwoordiger van de betrokken lidstaat. Indien meerdere lidstaten bij een programma zijn betrokken, zit een door die lidstaten aangewezen vertegenwoordiger de groep voor.

2. Ambtenaren en andere personeelsleden van de Commissie kunnen deelnemen aan de activiteiten die worden georganiseerd in het kader van een op grond van deze verordening gesubsidieerd programma.

Artikel 20

Door de lidstaten te verrichten controles

1. De betrokken lidstaat bepaalt welke de meest geschikte middelen zijn voor de controle op de op grond van deze verordening gesubsidieerde programma's en stelt de Commissie daarvan in kennis.

De controles worden jaarlijks uitgevoerd op ten minste 20 % van de tijdens het vorige jaar afgelopen programma's — minimaal twee programma's — en hebben betrekking op ten minste 20 % van de totale begrotingen voor de betrokken programma's. De steekproef die met het oog op de keuze van de programma's wordt genomen, wordt gebaseerd op een risicobeoordeling.

De lidstaat dient bij de Commissie voor elk gecontroleerd programma een verslag in met een beschrijving van de resultaten van de controles en de geconstateerde onregelmatigheden. Dat verslag wordt onmiddellijk na het opstellen ervan overgelegd.

2. De lidstaat neemt de nodige maatregelen om, met name aan de hand van technische en boekhoudkundige controles bij de contractsluitende organisatie en het uitvoeringsorgaan, na te gaan of:

a) de verstrekte gegevens en bewijsstukken juist zijn, en

b) alle verplichtingen van het in artikel 11, lid 1, bedoelde contract zijn nagekomen.

Onverminderd Verordening (EEG) nr. 595/91 van de Raad [1] stelt de lidstaat de Commissie zo spoedig mogelijk in kennis van elke onregelmatigheid die bij de controles wordt geconstateerd.

3. Indien meerdere lidstaten bij de programma's zijn betrokken, nemen deze lidstaten de nodige maatregelen om hun controles te coördineren en stellen zij de Commissie daarvan in kennis.

[1] PB L 67 van 14.3.1991, blz. 11.

4. De Commissie kan te allen tijde deelnemen aan de in de leden 1, 2 en 3 bedoelde controles. Hiertoe stellen de bevoegde nationale autoriteiten de Commissie ten minste 30 dagen vóór de uitvoering van de controles in kennis van een voorlopig tijdschema van de door de lidstaat uit te voeren controles.

De Commissie kan bovendien extra controles uitvoeren, wanneer zij dat noodzakelijk acht.

Artikel 21

Terugvordering wegens onverschuldigde betaling

1. In geval van onverschuldigde betaling betaalt de begunstigde het ten onrechte ontvangen bedrag terug, vermeerderd met een rente die wordt berekend over de periode tussen de betaling van het betrokken bedrag en de terugbetaling ervan door de betrokkene.

De toe te passen rentevoet wordt vastgesteld overeenkomstig artikel 86, lid 2, onder b), van Verordening (EG, Euratom) nr. 2342/2002.

2. De teruggevorderde bedragen en de rente worden overgemaakt aan de betaalorganen van de lidstaten, die ze vervolgens in verhouding tot de financiële bijdrage van de Gemeenschap in mindering brengen op de door het Europees Oriëntatie- en Garantiefonds voor de Landbouw gefinancierde uitgaven.

Artikel 22

Sancties

1. Indien sprake is van fraude of ernstige nalatigheid, betaalt de indienende organisatie het dubbele van het verschil tussen het oorspronkelijk betaalde bedrag en het daadwerkelijk verschuldigde bedrag terug.

2. Behoudens artikel 6 van Verordening (EG, Euratom) nr. 2988/95 van de Raad [1] doen de in het kader van de onderhavige verordening vastgestelde verlagingen en uitsluitingen geen afbreuk aan op grond van andere communautaire of nationale regelgeving getroffen sancties.

HOOFDSTUK 5

INTREKKING, OVERGANGBEPALINGEN EN SLOTBEPALINGEN

Artikel 23

Intrekking van Verordening (EG) nr. 94/2002

Verordening (EG) nr. 94/2002 wordt ingetrokken. De bepalingen van die verordening blijven evenwel van toepassing op de voorlichtings- en afzetbevorderingsprogramma's waarvoor de Commissie reeds vóór de inwerkingtreding van de onderhavige verordening een financieringsbesluit heeft getroffen.

Verwijzingen naar de ingetrokken verordening gelden als verwijzingen naar de onderhavige verordening.

Artikel 24

Overgangsbepalingen

1. Met betrekking tot het jaar 2005 geldt als uiterste datum voor het indienen van de programma's de in artikel 7, lid 1, tweede alinea, vastgestelde datum of 31 juli 2005.

2. In afwijking van het bepaalde in artikel 8, lid 1, eerste alinea, wordt, met betrekking tot het jaar 2005 en met betrekking tot de uiterlijk op 31 juli 2005 ingediende programma's, de voorlopige lijst van programma's uiterlijk op 30 september 2005 aan de Commissie gemeld.

3. In afwijking van het bepaalde in artikel 8, lid 3, neemt de Commissie, met betrekking tot het jaar 2005, uiterlijk op 15 december 2005 het in dat lid bedoelde besluit.

Artikel 25

Inwerkingtreding

Deze verordening treedt in werking op de zevende dag volgende op die van haar bekendmaking in het *Publicatieblad van de Europese Unie*.

Deze verordening is verbindend in al haar onderdelen en is rechtstreeks toepasselijk in elke lidstaat.

Gedaan te Brussel, 1 juli 2005.

Voor de Commissie

Mariann FISCHER BOEL

Lid van de Commissie

[1] PB L 312 van 23.12.1995, blz. 1.

BIJLAGE I

LIJST VAN THEMA'S EN PRODUCTEN

— verse groenten en fruit;

— verwerkte groenten en fruit;

— vezelvlas;

— levende planten en producten van de bloementeelt;

— olijfolie en tafelolijven;

— zaadolie;

— melk en zuivelproducten;

— vers, gekoeld of bevroren vlees dat is geproduceerd overeenkomstig een communautaire of een nationale kwaliteitsregeling;

— etikettering van consumptie-eieren;

— honing en producten van de bijenteelt;

— VQPRD, tafelwijn met een geografische aanduiding;

— het in de landbouwregelgeving vastgestelde logo van de ultraperifere regio's;

— beschermde oorsprongsbenamingen (BOB's), beschermde geografische aanduidingen (BGA's) en gegarandeerde traditionele specialiteiten (GTS'en) in de zin van de Verordeningen (EEG) nr. 2081/92 ([1]) en (EEG) nr. 2082/92 ([2]) van de Raad, en de in het kader van die regelingen geregistreerde producten;

— biologische landbouw in de zin van Verordening (EG) nr. 2092/91 van de Raad ([3]), en de in het kader van die verordening geregistreerde producten.

([1]) PB L 208 van 24.7.1992, blz. 1. Verordening laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 806/2003 (PB L 122 van 16.5.2003, blz. 1).

([2]) PB L 208 van 24.7.1992, blz. 9. Verordening laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 806/2003.

([3]) PB L 198 van 22.7.1991, blz. 1. Verordening laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 2254/2004 (PB L 385 van 29.12.2004, blz. 20).

BIJLAGE II

RICHTSNOEREN VOOR AFZETBEVORDERING OP DE BINNENMARKT

De onderhavige richtsnoeren vormen een leidraad om te bepalen welke boodschappen, doelgroepen en hulpmiddelen een centrale rol moeten krijgen in de voorlichtings- of afzetbevorderingsacties voor de verschillende productcategorieën.

In beginsel wordt voorrang gegeven aan de volgende soorten programma's:

— door meer dan één lidstaat ingediende programma's met gecoördineerde strategieën, acties en boodschappen;

— programma's die ten minste één lidstaat bestrijken en die, waar nodig, op de markten van meerdere lidstaten worden ten uitvoer gelegd;

— meerjarenprogramma's met een reikwijdte die groot genoeg is om een aanzienlijk effect op de doelmarkten te sorteren;

— programma's die objectieve informatie verstrekken over de intrinsieke kenmerken en de voedingswaarde van de producten als onderdeel van een evenwichtig dieet, over de methoden waarmee ze zijn geproduceerd en over de milieuvriendelijkheid ervan;

— programma's met boodschappen die belangrijk zijn voor de consument, de beroepssector en/of de handelssector in verschillende lidstaten.

VERSE GROENTEN EN FRUIT

1. **Algemene analyse van de situatie**

Hoewel de productie van groenten en fruit in de Gemeenschap toeneemt, blijft de consumptie van deze producten in het algemeen op hetzelfde niveau.

De leeftijdsgroep tot 35 jaar, en vooral de schoolgaande jeugd, eet opvallend weinig groenten en fruit. Dit fenomeen staat haaks op het streven naar een evenwichtige voeding.

2. **Doelstellingen**

Het beeld van groenten en fruit als „verse" en „natuurlijke" producten moet beter uit de verf komen en de gemiddelde leeftijd van het groenten en fruit verbruikende publiek moet worden verlaagd, met name door de consumptie bij jongeren te stimuleren.

3. **Belangrijkste doelgroepen**

— Jonge gezinnen met ouders onder de 35 jaar.

— Schoolgaande kinderen en adolescenten en hun ouders.

— Centrale keukens en schoolkantines.

— Artsen en voedingsdeskundigen.

4. **Belangrijkste boodschappen**

— Bevordering van de „vijf porties per dag"-benadering (aanbeveling om dagelijks ten minste vijf porties groenten of fruit te eten).

— De producten zijn natuurlijk en vers.

— Kwaliteit (veiligheid, voedingswaarde en smaak, productiemethoden, milieubescherming, verband met de oorsprong van het product).

— Eetplezier.

— Evenwichtig dieet.

— Gevarieerdheid en seizoensgebondenheid van het aanbod aan verse producten; informatie over de smaak en het gebruik van deze producten.

— Traceerbaarheid.

— Toegankelijkheid en gemak bij de bereiding: verse groenten en fruit hoeven vaak niet te worden gekookt.

5. **Belangrijkste hulpmiddelen**

— Elektronische hulpmiddelen (internetsites waar de beschikbare producten worden gepresenteerd, met onlinespelletjes voor kinderen).

— Infolijn.

— PR-contacten met de media en reclame (bv. via gespecialiseerde journalisten, damesbladen, tijdschriften voor jongeren en kranten).

— Contacten met artsen en voedingsdeskundigen.

— Acties in scholen, gericht op kinderen en adolescenten, met medewerking van de lesgevers en de voor de schoolkantines verantwoordelijke personen.

— Consumentenvoorlichtingsacties bij verkooppunten.

— Andere hulpmiddelen (folders en brochures met informatie over producten en recepten, spelletjes voor kinderen, enz.).

— Visuele media (bioscopen, gespecialiseerde televisiekanalen).

— Radiospots.

— Deelname aan handelsbeurzen.

6. **Looptijd van de programma's**

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin de doelstellingen voor iedere fase worden omschreven

7. **Indicatieve jaarlijkse begroting voor de sector**

4 miljoen EUR

VERWERKTE GROENTEN EN FRUIT

1. **Algemene analyse van de situatie**

De sector krijgt steeds meer concurrentie uit derde landen.

Nu de vraag geleidelijk toeneemt, vooral omdat deze producten gemakkelijk door de consument kunnen worden verwerkt, is het van groot belang dat de communautaire bedrijven in staat zijn de kansen die hiermee gepaard gaan, te benutten. In dat licht is het gerechtvaardigd steun voor voorlichtings- en afzetbevorderingsacties uit te trekken.

2. **Doelstellingen**

Het product moet een jonger imago en een modernere presentatie krijgen, en moet vergezeld gaan van de nodige informatie om de consumptie ervan aan te moedigen.

3. **Belangrijkste doelgroepen**

— Huishoudens.

— Centrale keukens en schoolkantines.

— Artsen en voedingsdeskundigen.

4. **Belangrijkste boodschappen**

— Kwaliteit (veiligheid, voedingswaarde en smaak, bereidingsmethoden).

— Gebruiksgemak.

— Eetplezier.

— Gevarieerdheid en beschikbaarheid van het aanbod het hele jaar door.

— Evenwichtig dieet.

— Traceerbaarheid.

5. **Belangrijkste hulpmiddelen**

— Elektronische hulpmiddelen (internetsite).

— Infolijn.

— PR-contacten met de media en reclame (bv. via gespecialiseerde journalisten, in damesbladen, culinaire bladen en vakbladen).

— Demonstraties bij verkooppunten.

— Contacten met artsen en voedingsdeskundigen.

— Andere hulpmiddelen (folders en brochures over producten en recepten).

— Visuele media.

— Deelname aan handelsbeurzen.

6. **Looptijd van de programma's**

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin de doelstellingen voor iedere fase worden omschreven

7. **Indicatieve jaarlijkse begroting voor de sector**

2 miljoen EUR

VEZELVLAS

1. **Algemene analyse van de situatie**

Ten gevolge van de liberalisering van de internationale handel in textiel en kleding moet het communautaire vlas de scherpe concurrentie aangaan met zeer aantrekkelijk geprijsd vlas van buiten de Gemeenschap en met andere soorten textielvezels, terwijl het textielverbruik een stagnerende trend laat zien.

2. **Doelstellingen**

— Bevorderen van het imago en de reputatie van het communautaire vlas en optimaal rendement halen uit de typische eigenschappen van dit vlas.

— Het verbruik van dit product bevorderen.

— De consument informeren over de kenmerken van nieuwe producten die op de markt worden gebracht.

3. **Belangrijkste doelgroepen**

— Toonaangevende mensen uit de sector (stilisten, ontwerpers, kledingfabrikanten, uitgevers).

— Distributeurs.

— Lesgevers en studenten van opleidingen op het gebied van textiel, mode en interieurdecoratie.

— Opiniemakers.

— Consumenten.

4. **Belangrijkste boodschappen**

— Kwaliteit is het resultaat van de omstandigheden waarin de grondstof is geproduceerd, van het gebruik van geschikte variëteiten en van de deskundigheid van de verschillende actoren in de productieketen.

— De communautaire vlassector wordt gekenmerkt door een uitgebreid productaanbod (kleding, decoratie, huishoudlinnen) en door creativiteit en innovatie.

5. **Belangrijkste hulpmiddelen**

— Elektronische hulpmiddelen (internetsites).

— Vakbeurzen.

— Voorlichting aan ontwerpers, kledingfabrikanten, distributeurs, uitgevers.

— Voorlichting bij verkooppunten.

— Contacten met de vakpers.

— Didactische voorlichtingsacties in scholen die mode-opleidingen, opleidingen tot textielingenieur, enz. aanbieden.

6. **Looptijd van de programma's**

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin de doelstellingen voor iedere fase worden omschreven

7. **Indicatieve jaarlijkse begroting voor de sector**

1 miljoen EUR

LEVENDE PLANTEN EN PRODUCTEN VAN DE BLOEMENTEELT

1. **Algemene analyse van de situatie**

De sector wordt gekenmerkt door toenemende concurrentie aan de aanbodzijde tussen communautaire en niet-communautaire producten.

De beoordelingsstudies van de afzetbevorderingscampagnes in de periode 1997-2000 lijken erop te wijzen dat de afzet van communautaire producten in de Gemeenschap gebaat zou zijn bij een betere organisatie en rationalisatie van de gehele keten (van producent tot distributeur) en bij een betere voorlichting van de consument over de intrinsieke eigenschappen en de gevarieerdheid van de communautaire productie.

2. **Doelstellingen**

— Bevordering van de afname van bloemen en planten van communautaire oorsprong.

— Bevordering van het gebruik van en de kennis over milieuvriendelijke praktijken en methoden.

— Versterking van het partnerschap tussen vakmensen uit meerdere lidstaten, via, onder meer, uitwisseling van de meest geavanceerde vakkennis en een betere voorlichting van alle actoren in de productieketen.

3. **Belangrijkste doelgroepen**

— Producenten, kwekerijen, distributeurs en andere marktdeelnemers uit de sector.

— Studenten en schoolkinderen.

— Informatiedoorgeefluiken: journalisten, lesgevers.

— Consumenten.

4. **Belangrijkste boodschappen**

— Informatie over de kwaliteit en de gevarieerdheid van de communautaire producten.

— Milieuvriendelijke productiemethoden.

— Technieken voor een duurzamere productie.

— Een optimale mengeling van bloemen- en plantenvariëteiten.

— Het belang van bloemen en planten voor het welzijn en de levenskwaliteit.

5. **Belangrijkste hulpmiddelen**

— Contacten met de media.

— Stands met producten uit verschillende lidstaten op beurzen en tentoonstellingen.

— Opleidingsacties voor vakmensen, consumenten en studenten.

— Acties voor de uitwisseling van kennis over duurzamere producten.

— Consumentenvoorlichtingsacties via de pers en via initiatieven als de publicatie van catalogi en tuinkalenders en eventueel de organisatie van „plant van de maand"-campagnes.

— Toenemend gebruik van elektronische media (internet, CD-ROM, enz.).

6. **Looptijd van de programma's**

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin voor iedere fase een strategie en naar behoren gemotiveerde doelstellingen worden omschreven

7. **Indicatieve jaarlijkse begroting voor de sector**

3 miljoen EUR

OLIJFOLIE EN TAFELOLIJVEN

1. **Algemene analyse van de situatie**

Tegen de achtergrond van het stijgende aanbod olijfolie en tafelolijven heeft de Gemeenschap de afzetmarkten binnen en buiten de Europese Unie nodig om het evenwicht op haar markt te bewaren. De communautaire vraag naar deze producten verschilt sterk, al naargelang van het soort markt (traditionele of relatief nieuwe consumentenmarkten).

In de lidstaten die tot de „traditionele consumentenmarkten" moeten worden gerekend (Spanje, Italië, Griekenland en Portugal) zijn de betrokken producten over het algemeen goed bekend en worden ze in aanzienlijke hoeveelheden geconsumeerd. Hoewel de vraag op dergelijke volgroeide markten wellicht nauwelijks zal toenemen, zullen deze landen, met hun aanzienlijk aandeel in de olijfolieconsumptie, van groot belang blijven voor de sector.

De consumptie per capita in de „nieuwe consumentenmarkten" van de recent toegetreden lidstaten stijgt weliswaar, maar ligt nog steeds aanzienlijk lager dan in de Gemeenschap in haar samenstelling op 30 april 2004; in de meeste lidstaten die op 1 mei 2004 zijn toegetreden, is de consumptie marginaal. Een groot aantal consumenten is niet op de hoogte van de positieve eigenschappen en de talrijke gebruiksmogelijkheden van olijfolie en tafelolijven. Kortom: het groeipotentieel aan de vraagzijde in deze sector is aanzienlijk.

2. **Doelstellingen**

— Om de consumptie op de „nieuwe consumentenmarkten" van de recent toegetreden lidstaten te verhogen, moet in de eerste plaats de marktpenetratie worden vergroot en moet het gebruik van deze producten worden bevorderd door de diverse gebruiksmogelijkheden te belichten en de nodige informatie te verstrekken.

— De consumptie op de „traditionele consumentenmarkten" van de Europese Unie moet worden geconsolideerd en ontwikkeld door de consument beter voor te lichten over minder bekende aspecten en door jongeren aan te moedigen deze producten geregeld te kopen.

3. **Belangrijkste doelgroepen**

— Voor de inkopen verantwoordelijke personen: de leeftijdscategorie van 20 tot 40 jaar in de lidstaten die als „traditionele consumentenmarkten" worden beschouwd.

— Opiniemakers (gastronomen, chef-koks, restaurants, journalisten), de massamedia en de gespecialiseerde pers (culinaire bladen, damesbladen, lifestylebladen en dergelijke).

— Medische en paramedische pers.

— Distributeurs (in de lidstaten die tot de „nieuwe consumentenmarkten" worden gerekend).

4. **Belangrijkste boodschappen**

— De gastronomische en de organoleptische eigenschappen van olijfolie van eerste persing (aroma, kleur, smaak) verschillen naar gelang van de variëteit, het gebied, de oogst, de BOB/BGA, enz. Deze verscheidenheid staat garant voor een groot scala aan culinaire mogelijkheden en voor culinair genot in al zijn facetten.

— De verschillende soorten olijfolie.

— Olijfolie vormt wegens de hoge voedingswaarde een belangrijk onderdeel van een gezonde en uitgebalanceerde voeding en is bovendien ook nog smakelijk.

— Voorlichting over de regelgeving op het gebied van controle, kwaliteitscertificering en etikettering van olijfolie.

— Informatie over alle in de Gemeenschap geregistreerde soorten olijfolie/tafelolijven met een BOB/BGA.

— Tafelolijven zijn een gezond en natuurlijk product dat geschikt is als gemakkelijk hapje tussendoor en als ingrediënt in complexe gerechten.

— Kenmerken van de verschillende variëteiten tafelolijven.

Specifiek voor de lidstaten die tot de „nieuwe consumentenmarkten" worden gerekend:

— Olijfolie, en met name die van eerste persing, is een natuurlijk, traditioneel en met aloude kennis vervaardigd product dat past in een moderne keuken vol verschillende smaken en dat niet alleen in de mediterrane, maar ook in de hedendaagse keuken uitstekend tot zijn recht komt.

— Kookadvies.

Specifiek voor de lidstaten die tot de „traditionele consumentenmarkten" worden gerekend:

— De voordelen van de aankoop van verpakte olijfolie (met een etiket waarop informatie staat vermeld waar de consument iets aan heeft).

— Actualisering van het productimago met zijn lange geschiedenis en zijn uitermate belangrijke culturele dimensie.

Onverminderd artikel 4, lid 3, moet de informatie over de voedingswaarde van olijfolie en tafelolijven gebaseerd zijn op algemeen aanvaarde wetenschappelijke gegevens en moet ze voldoen aan de vereisten van Richtlijn 2000/13/EG van het Europees Parlement en de Raad ([1]).

5. **Belangrijkste hulpmiddelen**

— Internet en andere elektronische hulpmiddelen (CD-ROM, DVD).

— Promotie bij verkooppunten (proeverijen, recepten, voorlichting).

— Contacten met de pers en PR (evenementen, deelname aan beurzen voor consumenten, enz.).

— Reclame (of redactionele artikelen met reclame) in de pers (algemene pers, vrouwenbladen, culinaire bladen, lifestylebladen, enz.).

— Acties in samenwerking met de medische en de paramedische wereld (PR).

— Audiovisuele media (televisie en radio).

— Deelname aan handelsbeurzen.

6. **Looptijd en reikwijdte van de programma's**

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin voor iedere fase een strategie en naar behoren gemotiveerde doelstellingen worden omschreven.

Er zal voorrang worden gegeven aan programma's die worden ten uitvoer gelegd in ten minste twee tot de „nieuwe consumentenmarkten" gerekende lidstaten.

([1]) PB L 109 van 6.5.2000, blz. 29. Richtlijn laatstelijk gewijzigd bij Richtlijn 2003/89/EG (PB L 308 van 25.11.2003, blz. 15).

7. **Indicatieve jaarlijkse begroting voor de sector**

4 miljoen EUR

ZAADOLIE

Er zal voorrang worden gegeven aan programma's waarin raapzaadolie of de kenmerken van verschillende soorten communautaire zaadolie centraal staan.

Indicatieve jaarlijkse begroting voor de sector zaadolie:

2 miljoen EUR.

A. *RAAPZAADOLIE*

1. **Algemene analyse van de situatie**

De raapzaadproductie komt niet in aanmerking voor specifieke steun in het hervormde gemeenschappelijk landbouwbeleid en moet op de markt worden afgestemd. Nu de graansector met een structurele overproductie te kampen heeft, kan een toenemende productie van raapzaadolie helpen de markt van de akkerbouwgewassen in evenwicht te brengen en het verbruik van verschillende soorten plantaardige olie in de Gemeenschap te verhogen. De Gemeenschap is momenteel een netto-exporteur van raapzaadolie.

De afgelopen decennia zijn er raapzaadvariëteiten ontwikkeld die op het gebied van voedingswaarde over belangrijke eigenschappen beschikken. Dit heeft geleid tot een betere kwaliteit van het product. Er is bovendien een aantal nieuwe producten ontwikkeld, zoals koudgeperste raapzaadolie met een karakteristieke, nootachtige smaak.

Internationaal onderzoek naar de voedingswaarde van raapzaadolie heeft de positieve fysiologische en voedingskenmerken van het product aangetoond. Huisartsen, voedingsdeskundigen en consumenten moeten op de hoogte worden gebracht van deze recente onderzoeksresultaten.

2. **Doelstellingen**

— Mensen bewuster maken van de kenmerken van raapzaadolie en de recente ontwikkeling die dit product heeft doorgemaakt.

— De consumptie verhogen door de consument, de medische en de paramedische wereld voor te lichten over het gebruik en de voedingswaarde van raapzaadolie.

3. **Belangrijkste doelgroepen**

— Huishoudens, en met name de voor de inkopen verantwoordelijke personen.

— Opiniemakers (journalisten, chef-koks, medische wereld, voedingsdeskundigen).

— Distributeurs.

— Medische en paramedische pers.

— Agrovoedingssector.

4. **Belangrijkste boodschappen**

— Raapzaadolie is een product met een hoge voedingswaarde, en vormt derhalve een belangrijk onderdeel van een uitgebalanceerde en gezonde voeding.

— De gunstige vetzuursamenstelling van raapzaadolie.

— Kookadvies.

— Informatie over de evolutie van het product en de variëteiten ervan.

Onverminderd artikel 4, lid 3, moet de informatie over de voedingswaarde van raapzaadolie gebaseerd zijn op algemeen aanvaarde wetenschappelijke gegevens en moet ze voldoen aan de vereisten van Richtlijn 2000/13/EG.

5. **Belangrijkste hulpmiddelen**

— Promotie bij verkooppunten (proeverijen, recepten, voorlichting).

— Reclame (of redactionele artikelen met reclame) in de algemene pers, culinaire bladen, dames- en lifestylebladen.

— PR (evenementen, deelname aan voedingsbeurzen).

— Acties in samenwerking met de medische en de paramedische wereld.

— Acties in samenwerking met restaurants, cateringbedrijven en chef-koks.

— Internet.

6. **Looptijd van de programma's**

12 tot 36 maanden.

B. *ZONNEBLOEMOLIE*

Programma's voor zonnebloemolie krijgen alleen voorrang indien dat op grond van de marktomstandigheden gerechtvaardigd is.

1. **Algemene analyse van de situatie**

Het communautaire zonnebloemareaal bestrijkt meer dan 2 miljoen ha en levert jaarlijks een productie van meer dan 3,5 miljoen ton zonnebloemzaad op. De in de Gemeenschap geconsumeerde zonnebloemolie wordt grotendeels geproduceerd op basis van zaad dat in de lidstaten is geteeld. Aangezien minder wordt geperst, zal de communautaire zonnebloemolieproductie in het verkoopjaar augustus 2004/juli 2005 evenwel teruglopen. Gezien de stijgende prijzen op de wereldmarkt en het mogelijk te kleine aanbod wordt geen voorrang gegeven aan programma's die uitsluitend zijn toegespitst op zonnebloemolie. Zonnebloemolie mag wél worden opgenomen als één van de producten in programma's voor meerdere soorten zaadolie van communautaire oorsprong.

Zonnebloemolie is bijzonder geschikt voor bepaalde toepassingen, bijvoorbeeld om te bakken en te braden. Bovendien heeft de olie een hoog gehalte aan onverzadigde vetten en is hij rijk aan vitamine E. De campagnes hebben tot doel consumenten en handelaren/distributeurs te informeren over de gebruiksmogelijkheden, soorten en kenmerken van zonnebloemolie en over de communautaire regelgeving inzake de kwaliteit van dit product. De campagnes moeten in het teken staan van objectieve voorlichting.

2. **Doelstellingen**

De consument en de handel informeren over:

— de gebruiksmogelijkheden, de kenmerken en de voedingswaarde van zonnebloemolie;

— de regelgeving en de normen inzake kwaliteit;

— de etiketteringsregels.

3. **Belangrijkste doelgroepen**

— Huishoudens, en met name de voor de inkopen verantwoordelijke personen.

— Opiniemakers (journalisten, chef-koks, medische wereld, voedingsdeskundigen).

— Distributeurs.

— Agrovoedingssector.

4. **Belangrijkste boodschappen**

De programma's moeten informatie verstrekken over:

— de voordelen van een juist gebruik van zonnebloemolie. Zonnebloemolie die geproduceerd is op basis van voor de productie van olie bestemd zonnebloemzaad is in vergelijking met andere plantaardige olie rijk aan vitamine E, en staat bovendien bekend om zijn lichte smaak en goede bak- en braadprestatie;

— regelgeving en normen inzake de kwaliteit van zonnebloemolie;

— de vetzuursamenstelling en de voedingswaarde van zonnebloemolie;

— de resultaten van wetenschappelijk onderzoek en de technische ontwikkeling van zonnebloemolie en andere soorten plantaardige olie.

Onverminderd artikel 4, lid 3, moet de informatie over de voedingswaarde van zonnebloemolie gebaseerd zijn op algemeen aanvaarde wetenschappelijke gegevens en moet ze voldoen aan de vereisten van Richtlijn 2000/13/EG.

5. **Belangrijkste hulpmiddelen**

— Verdeling van voorlichtingmateriaal bij verkooppunten en aan de handel.

— Reclame (of redactionele artikelen met reclame) in de algemene pers, de vakpers en culinaire bladen.

— PR (evenementen, deelname aan voedingsbeurzen).

— Internet

6. **Looptijd van de programma's**

12 tot 36 maanden

SECTOR MELK EN ZUIVELPRODUCTEN

1. **Algemene analyse van de situatie**

Een van de voornaamste oorzaken waarom, vooral in landen met een hoge consumptie, inmiddels minder melk wordt gedronken, is de populariteit van frisdranken in het jongerensegment van de markt. Melkvervangers nemen geleidelijk de plaats in van drinkmelk. Daar staat tegenover dat de totale consumptie van zuivelproducten, uitgedrukt in melkequivalent, toeneemt.

2. **Doelstellingen**

— Verhoging van de consumptie van drinkmelk op markten met een groeipotentieel, en behoud van het consumptieniveau op verzadigde markten.

— Verhoging van de consumptie van zuivelproducten in het algemeen.

— Bevordering van de consumptie van melk en zuivelproducten door jongeren, de toekomstige volwassen consumenten.

3. **Belangrijkste doelgroepen**

Consumenten in het algemeen, en in het bijzonder:

— kinderen en adolescenten, met name meisjes van 8 tot 13 jaar;

— vrouwen van verschillende leeftijdscategorieën;

— ouderen.

4. **Belangrijkste boodschappen**

— Melk en zuivelproducten zijn gezonde, natuurlijke en smakelijke producten die goed passen in een moderne levensstijl.

— De specifieke voedingswaarde van melk en zuivelproducten komt met name bepaalde leeftijdscategorieën ten goede.

— De boodschap moet positief zijn en moet rekening houden met de specificiteit van de consumptie op de verschillende markten.

— Er moet worden gewezen op de beschikbaarheid van producten als melk en zuivel met een lager vetgehalte, die misschien geschikter zijn voor bepaalde consumenten.

— De zuivelmarkt speelt met zijn uitgebreide gamma in op de uiteenlopende behoeften van de consumenten en op de verschillende consumptieomstandigheden.

— Om de consument te overtuigen van de voordelen van regelmatige consumptie van melk en zuivelproducten, moet tijdens de gehele looptijd van het programma worden gezorgd voor continuïteit in de boodschap.

Onverminderd artikel 4, lid 3, moet de informatie over de voedingswaarde van melk en zuivelproducten gebaseerd zijn op algemeen aanvaarde wetenschappelijke gegevens en moet ze voldoen aan de vereisten van Richtlijn 2000/13/EG.

5. **Belangrijkste hulpmiddelen**

— Elektronische hulpmiddelen.

— Infolijn.

— Contacten met de media en reclame (bv. gespecialiseerde bladen, damesbladen, jongerenbladen).

— Contacten met artsen en voedingsdeskundigen.

— Contacten met lesgevers en scholen.

— Andere hulpmiddelen (folders en brochures, spelletjes voor kinderen, enz.).

— Demonstraties bij verkooppunten.

— Visuele media (bioscopen, gespecialiseerde televisiekanalen).

— Radiospots.

— Deelname aan tentoonstellingen en beurzen.

6. **Looptijd en reikwijdte van de programma's**

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin de doelstellingen voor iedere fase worden omschreven

7. **Indicatieve jaarlijkse begroting voor de sector**

4 miljoen EUR

VERS, GEKOELD OF BEVROREN VLEES DAT IS GEPRODUCEERD OVEREENKOMSTIG EEN COMMUNAUTAIRE OF EEN NATIONALE KWALITEITSREGELING

1. **Algemene analyse van de situatie**

Wegens de sanitaire problemen met een groot aantal belangrijke dierlijke producten is het des te meer nodig het vertrouwen van de consument in communautaire vleesproducten te versterken.

Dit impliceert dat objectieve en algemene informatie moet worden verstrekt over de communautaire en de nationale controlesystemen voor de borging van de kwaliteit en de veiligheid van deze producten.

2. **Doelstellingen**

— De voorlichtingscampagnes hebben uitsluitend betrekking op producten die worden geproduceerd in het kader van communautaire kwaliteitsregelingen (BOB/BGA/GTS en biologische landbouw) en kwaliteitsregelingen die door de lidstaten zijn erkend overeenkomstig artikel 24ter van Verordening (EG) nr. 1257/1999. Onverminderd artikel 10, lid 4, van de onderhavige verordening, mogen de op grond van deze verordening gefinancierde voorlichtingscampagnes geen steun krijgen in het kader van Verordening (EG) nr. 1257/1999.

— Er moet objectieve en exhaustieve informatie worden verstrekt over de communautaire en de nationale regels inzake kwaliteit en veiligheid van vlees (bv. traceerbaarheid en etikettering). Consumenten en distributeurs moeten worden geïnformeerd over de effectieve controles in de gehele productie- en afzetketen.

3. **Belangrijkste doelgroepen**

— Consumenten en consumentenverenigingen.

— Voor de inkopen van huishoudens verantwoordelijke personen.

— Instellingen (restaurants, ziekenhuizen, scholen, enz.).

— Distributeurs en verenigingen van distributeurs.

— Pers en opiniemakers.

4. **Belangrijkste boodschappen**

— Kwaliteitsvlees wordt gecontroleerd.

— Kwaliteitsregelingen kunnen aanvullende garanties bieden op het gebied van de bescherming van de menselijke gezondheid, diergezondheid en dierenwelzijn, milieubescherming en de herkomst van het product.

— De communautaire en de nationale regelingen zijn transparant en staan garant voor de traceerbaarheid van de producten.

— Via de etikettering van het vlees kan de consument vaststellen of het een kwaliteitsproduct betreft en welke de herkomst en de kenmerken ervan zijn.

5. **Belangrijkste hulpmiddelen**

— Internet.

— PR met de media en reclame (wetenschappelijke en gespecialiseerde pers, vrouwenbladen en culinaire bladen).

— Contacten met consumentenverenigingen.

— Audiovisuele media.

— Drukwerk (folders, brochures, enz.).

— Informatie bij verkooppunten.

6. **Looptijd en reikwijdte van de programma's**

De programma's moeten ten minste een nationaal bereik hebben of meerdere lidstaten bestrijken.

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin voor iedere fase gemotiveerde doelstellingen zijn omschreven.

7. **Indicatieve jaarlijkse begroting voor de sector**

4 miljoen EUR

ETIKETTERING VAN CONSUMPTIE-EIEREN

1. **Algemene analyse van de situatie**

Sinds 1 januari 2004 wordt, overeenkomstig artikel 7, lid 1, onder a), van Verordening (EEG) nr. 1907/90 van de Raad ([1]), op de schaal van alle voor menselijke consumptie bestemde eieren een code gestempeld ter identificatie van de producent en het houderijsysteem. Deze code bestaat uit een cijfer ter identificatie van het houderijsysteem (0 = biologische productie, 1 = vrije uitloop, 2 = volière, 3 = batterij), de ISO-code van de lidstaat waar de productie-inrichting is gevestigd en een identificatienummer dat door de bevoegde autoriteit aan deze inrichting is toegekend.

([1]) PB L 173 van 6.7.1990, blz. 5. Verordening laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 2052/2003 (PB L 305 van 22.11.2003, blz. 1).

2. **Doelstellingen**

— De consument informeren over de nieuwe normen voor het merken van eieren, en de betekenis van de op de eieren gestempelde code volledig uitleggen.

— De voor de productie van eieren gebruikte houderijsystemen toelichten aan de hand van de op de eieren gestempelde code.

— Informatie verstrekken over de bestaande traceersystemen.

3. **Belangrijkste doelgroepen**

— Consumenten en distributeurs.

— Opiniemakers.

4. **Belangrijkste boodschappen**

— Informatie verspreiden over de nieuwe code die overeenkomstig Richtlijn 2002/4/EG van de Commissie [1] op de eieren wordt gestempeld, en over de kenmerken van de verschillende categorieën eieren waarnaar de code verwijst.

— In de boodschap mag geen voorkeur voor een bepaalde productiemethode worden aangeven en mag geen uitspraak worden gedaan over de voedingswaarde en het effect op de gezondheid van de consumptie van eieren. Er mag geen onderscheid worden gemaakt tussen de eieren op basis van hun herkomst uit deze of gene lidstaat.

5. **Belangrijkste hulpmiddelen**

— Elektronische hulpmiddelen (websites, enz.).

— Drukwerk (folders, brochures, enz.).

— Voorlichting bij verkooppunten.

— Reclame in de pers en in tijdschriften op het gebied van voeding, damesbladen, enz.

— Contacten met de media.

6. **Looptijd van het programma**

12 tot 24 maanden

7. **Indicatieve jaarlijkse begroting voor de sector**

2 miljoen EUR

HONING EN PRODUCTEN VAN DE BIJENTEELT

1. **Algemene analyse van de situatie**

De communautaire kwaliteitshoning en -bijenteeltproducten worden nauwelijks door de Europese Unie gesubsidieerd en krijgen steeds meer te kampen met internationale concurrentie. Deze situatie wordt nog nijpender door de hoge productiekosten in de Gemeenschap.

Krachtens Richtlijn 2001/110/EG van de Raad [2] moeten nauw met elkaar verbonden aspecten als de kwaliteit en de oorsprong van het product op het etiket worden vermeld. De gesubsidieerde programma's moeten vooral betrekking hebben op communautaire honingsoorten en bijenteeltproducten waarvan de benaming is aangevuld met vermeldingen inzake de regionale, territoriale of topografische oorsprong, of inzake kwaliteitslabels die zijn gecertificeerd door de Gemeenschap (BOB/BGA/GTS, biologische landbouw) of door een lidstaat.

[1] PB L 30 van 31.1.2002, blz. 44.
[2] PB L 10 van 12.1.2002, blz. 47.

2. **Doelstellingen**

— De consument informeren over de diversiteit, de organoleptische eigenschappen en de productieomstandigheden van de communautaire bijenteeltproducten.

— De consument informeren over de eigenschappen van niet-gefilterde en niet-gepasteuriseerde communautaire honing.

— De consument wegwijs maken in de etikettering van communautaire honing, en de producenten ertoe aanzetten hun etiketten duidelijker te maken.

— De consumptie sturen in de richting van kwaliteitshoning door te wijzen op de traceerbaarheid van dit product.

3. **Belangrijkste doelgroepen**

— Consumenten, en met name de leeftijdsgroep tussen 20 en 40 jaar.

— Ouderen en kinderen.

— Opiniemakers.

4. **Belangrijkste boodschappen**

— Informatie over de communautaire regelgeving inzake veiligheid, hygiëne bij de productie, kwaliteitscertificering en etikettering.

— Honing is een natuurlijk, traditioneel en met beproefde kennis vervaardigd product met talrijke toepassingsmogelijkheden in de moderne keuken.

— De door de geografische en botanische oorsprong en door de seizoenen bepaalde grote verscheidenheid aan honingsoorten.

— Advies over het gebruik en de voedingswaarde.

— Het garanderen van de bestuiving is essentieel voor het behoud van de biodiversiteit.

5. **Belangrijkste hulpmiddelen**

— Reclame in gespecialiseerde bladen (gastronomie — lifestyle).

— Internet, bioscopen en andere audiovisuele media (televisie, radio).

— Verkooppunten.

— Deelname aan tentoonstellingen en beurzen.

— PR voor het grote publiek, organisatie van evenementen voor acties in restaurants en cateringbedrijven.

— Voorlichting in scholen (instructies voor lesgevers en studenten van hotelscholen en horecaopleidingen).

6. **Looptijd en reikwijdte van de programma's**

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor programma's waarin voor iedere fase een strategie en naar behoren gemotiveerde doelstellingen worden omschreven

7. **Indicatieve jaarlijkse begroting voor de sector**

1 miljoen EUR

VQPRD, TAFELWIJN MET EEN GEOGRAFISCHE AANDUIDING

1. **Algemene analyse van de situatie**

De sector wordt gekenmerkt door een grote productie en heeft tegelijkertijd te kampen met een stagnerende, voor sommige wijnsooorten zelfs dalende consumptie, terwijl bovendien het aanbod uit derde landen toeneemt.

2. **Doelstellingen**

— De consumptie van communautaire wijn verhogen.

— De consument informeren over het ruime aanbod en de kwaliteit van de communautaire wijn, over de omstandigheden waarin deze wordt geproduceerd en over de resultaten van wetenschappelijke studies.

3. **Belangrijkste doelgroepen**

— Distributeurs.

— Consumenten, met uitzondering van kinderen en adolescenten (zie Aanbeveling 2001/458/EG van de Raad [1]).

— Opiniemakers: journalisten, deskundigen op het gebied van gastronomie.

— Hotelscholen en horecaopleidingen.

4. **Belangrijkste boodschappen**

— In de communautaire regelgeving zijn strenge regels vastgesteld op het gebied van productie, kwaliteitsaanduidingen, etikettering en verkoop van wijn, die voor de consument de kwaliteit en de traceerbaarheid van het aangeboden product garanderen.

— Het plezier te kunnen kiezen uit een ruim assortiment communautaire wijnen van verschillende oorsprong.

— Informatie over de communautaire wijnteelt en de band tussen de teelt en de regionale en lokale situatie, cultuur en smaak.

5. **Belangrijkste hulpmiddelen**

— Voorlichting en PR.

— Opleiding voor distributeurs en cateringbedrijven.

— Contacten met de vakpers.

— Andere hulpmiddelen (internetsite, folders en brochures) om de consument wegwijs te maken in het aanbod en om de consumptie in de huiselijke kring en bij feestelijke gelegenheden te bevorderen.

— Stands met producten uit verschillende lidstaten op beurzen en tentoonstellingen.

6. **Looptijd van de programma's**

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin de doelstellingen voor iedere fase worden omschreven

7. **Indicatieve jaarlijkse begroting voor de sector**

3 miljoen EUR

[1] PB L 161 van 16.6.2001, blz. 38.

PRODUCTEN MET EEN BESCHERMDE OORSPRONGSBENAMING (BOB) OF EEN BESCHERMDE GEOGRAFISCHE AANDUIDING (BGA), EN GEGARANDEERDE TRADITIONELE SPECIALITEITEN (GTS)

1. **Algemene analyse van de situatie**

De in de Verordeningen (EG) nr. 2081/92 en (EG) nr. 2082/92 vastgestelde regeling voor de bescherming van productbenamingen speelt een essentiële rol in de tenuitvoerlegging van de kwaliteitsaanpak van het gemeenschappelijk landbouwbeleid. Er moet dan ook worden geopteerd voor een voortzetting van de inspanningen om campagnes op te zetten die tot doel hebben deze producten — en de benamingen die ze dragen — bekend te maken bij iedereen die bij de productie, bereiding, afzet en consumptie ervan betrokken is.

2. **Doelstellingen**

De voorlichtings- en afzetbevorderingscampagnes moeten, veeleer dan op één of een zeer beperkt aantal productbenamingen, gericht zijn op groepen van benamingen die zijn toegekend aan bepaalde productcategorieën of aan producten die in één of meer regio's van één of meer lidstaten worden geproduceerd.

De campagnes moeten tot doel hebben:

— uitvoerige informatie te verstrekken over de inhoud, de werking en het communautaire karakter van de regelingen, en met name over het effect ervan op de commerciële waarde van producten met beschermde benamingen, die, zodra ze zijn geregistreerd, profiteren van de bescherming die uit deze regelingen voortvloeit;

— consumenten, distributeurs en vaklui uit de voedingssector vertrouwd te maken met de communautaire logo's voor BOB/BGA/GTS-producten;

— het gebruik van de regeling aan te moedigen bij groeperingen van producenten/verwerkers die er nog niet aan deelnemen, met name door hen ertoe aan te zetten de benamingen van producten die aan de basisvoorwaarden voor registratie voldoen, te laten registreren;

— producenten/verwerkers die weliswaar afkomstig zijn uit de betrokken regio's, maar nog niet aan de regelingen deelnemen, aan te moedigen in de productie van producten met geregistreerde benamingen te stappen, en hen ertoe aan te zetten om met het oog daarop de specificaties en controlevoorschriften die voor de betrokken beschermde benamingen zijn vastgesteld, in acht te nemen;

— de vraag naar de betrokken producten te stimuleren door consumenten en distributeurs te informeren over het bestaan, de betekenis en de voordelen van de regelingen en de desbetreffende logo's, alsmede over de voorwaarden voor de toekenning van de benamingen, de desbetreffende controles en het traceersysteem.

3. **Belangrijkste doelgroepen**

— Producenten en verwerkers.

— Distributeurs (supermarkten, groothandel, kleinhandel, cateringbedrijven, kantines, restaurants).

— Consumenten en consumentenverenigingen.

— Informatiedoorgeefluiken.

4. **Belangrijkste boodschappen**

— Producten met beschermde benamingen hebben specifieke kenmerken die in verband staan met hun geografische oorsprong. Heeft een product een BOB, dan zijn de kwaliteit of de kenmerken ervan hoofdzakelijk of uitsluitend toe te schrijven aan het geografische milieu, dat factoren van natuurlijke en menselijke aard omvat. Producten met een BGA zijn producten waarvan een bepaalde hoedanigheid, de faam of een ander kenmerk aan de geografische oorsprong kan worden toegeschreven en waarvan de productie en/of de verwerking en/of de bereiding in het bepaalde geografische gebied plaatsvinden.

— De specifieke kenmerken van GTS-producten zijn terug te voeren op een typische, traditionele productiewijze of op het gebruik van traditionele grondstoffen.

— Producten met het communautaire BOB/BGA/GTS-logo worden in de hele Gemeenschap beschouwd als producten die op een door geografie en traditie bepaalde wijze zijn geproduceerd en waarop controles worden toegepast.

— Andere kwaliteitsaspecten van de betrokken producten (veiligheid, voedingswaarde, smaak, traceerbaarheid).

— Presentatie van bepaalde BOB/BGA/GTS-producten als voorbeelden van de commerciële meerwaarde die de registratie in het kader van de beschermingsregelingen aan producten kan geven.

— De beschermingsregelingen zijn bevorderlijk voor het culturele erfgoed van de Gemeenschap, voor de diversiteit van de landbouwproductie en voor het behoud van het platteland.

5. **Belangrijkste hulpmiddelen**

— Elektronische hulpmiddelen (internetsites).

— PR-contacten met de media (vakpers, damesbladen, culinaire bladen).

— Contacten met consumentenverenigingen.

— Voorlichting en demonstraties bij verkooppunten.

— Audiovisuele media (bv. televisiespots).

— Drukwerk (folders, brochures, enz.).

— Deelname aan handelsbeurzen.

— Voorlichtings- en opleidingsseminars/acties over de werking van de communautaire regelingen inzake BOB's, BGA's en GTS'en.

6. **Looptijd van de programma's**

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin voor iedere fase een strategie en duidelijk omschreven doelstellingen worden omschreven

7. **Indicatieve jaarlijkse begroting voor de sector**

3 miljoen EUR

VOORLICHTING OVER HET LOGO VAN DE ULTRAPERIFERE REGIO'S

1. **Algemene analyse van de situatie**

Dit richtsnoer heeft betrekking op de in artikel 299, lid 2, van het Verdrag gedefinieerde ultraperifere regio's van de Gemeenschap. Uit de externe evaluatie blijkt dat de in 1998/1999 opgezette communautaire voorlichtingscampagne over het logo van de ultraperifere gebieden op grote belangstelling van de verschillende marktdeelnemers kon rekenen.

Een aantal producenten en verwerkers heeft de erkenning van eigen kwaliteitsproducten aangevraagd om dit logo te kunnen gebruiken.

Wegens de korte looptijd van deze eerste campagne lijkt het wenselijk om de voorlichting over de betekenis en de voordelen van het logo voort te zetten.

2. **Doelstellingen**

— Bekendheid geven aan het bestaan, de betekenis en de voordelen van het logo.

— Producenten en verwerkers in de betrokken regio's ertoe aanzetten het logo te gebruiken.

— Distributeurs en consumenten vertrouwder maken met het logo.

3. **Belangrijkste doelgroepen**

— Plaatselijke producenten en verwerkers.

— Distributeurs en consumenten.

— Informatiedoorgeefluiken.

4. **Belangrijkste boodschappen**

— Het product is typisch en natuurlijk.

— De plaats van oorsprong van het product is een regio van de Gemeenschap.

— Kwaliteit (veiligheid, voedingswaarde en smaak, productiemethode, verband met de oorsprong).

— Het exotische karakter van het product.

— De gevarieerdheid van het aanbod, ook buiten het seizoen.

— De traceerbaarheid.

5. **Belangrijkste hulpmiddelen**

— Elektronische hulpmiddelen (internetsite, enz.).

— Infolijn.

— PR-contacten met de media (bv. gespecialiseerde journalisten, damesbladen, culinaire bladen).

— Demonstraties op verkooppunten, beurzen, enz.

— Contacten met artsen en voedingsdeskundigen.

— Andere hulpmiddelen (folders, brochures, recepten, enz.).

— Audiovisuele media.

— Reclame in de gespecialiseerde en de plaatselijke pers.

6. **Looptijd van de programma's**

12 tot 36 maanden

7. **Indicatieve jaarlijkse begroting voor de sector**

1 miljoen EUR

PRODUCTEN VAN DE BIOLOGISCHE LANDBOUW

1. **Algemene analyse van de situatie**

Ondanks de populariteit van biologische landbouwproducten in de steden blijft het marktaandeel van deze producten vooralsnog beperkt.

Consumenten en andere betrokken groepen weten intussen meer over de biologische landbouwproductiewijze, maar hun kennisniveau is nog steeds betrekkelijk laag.

In het Europees actieplan voor biologisch voedsel en biologische landbouw ([1]) worden voorlichtings- en afzetbevorderingsacties beschouwd als instrumenten die van essentieel belang zijn voor de ontwikkeling van de vraag naar biologisch voedsel.

2. **Doelstellingen**

De voorlichtings- en afzetbevorderingscampagnes moeten, veeleer dan op één of een zeer beperkt aantal producten, gericht zijn op groepen producten of op de biologische landbouwmethode zoals die in één of meer regio's van één of meer lidstaten wordt toegepast.

De campagnes moeten tot doel hebben:

— de consumptie van biologisch voedsel te bevorderen;

— de consument vertrouwder te maken met de etikettering van biologische producten, en met name met het communautaire logo;

([1]) COM (2004) 415 def.

— het publiek volledig te informeren over en bewuster te maken van de voordelen van de biologische landbouw, met name op het gebied van milieubescherming, dierenwelzijn, behoud van het platteland en de ontwikkeling van plattelandsgebieden;

— het publiek volledig te informeren over de inhoud en de werking van de communautaire regelgeving over de biologische landbouw;

— (verenigingen van) producenten/verwerkers/kleinhandelaren, zowel als restaurants aan te moedigen over te schakelen op biologisch produceren/biologische producten.

3. **Belangrijkste doelgroepen**

— Consumenten in het algemeen, consumentenverenigingen en specifieke subgroepen van consumenten.

— Informatiedoorgeefluiken.

— Distributeurs (supermarkten, groothandel, speciaalzaken, cateringbedrijven, kantines, restaurants), levensmiddelenindustrie.

— Lesgevers en scholen.

4. **Belangrijkste boodschappen**

— De biologische landbouw levert natuurlijke, smakelijke producten die passen in een moderne levensstijl en die worden geproduceerd op een milieuvriendelijke en diervriendelijke manier, en is bovendien bevorderlijk voor de diversiteit van de landbouwproductie en het behoud van het platteland.

— De producten worden overeenkomstig stringente regels geproduceerd en gecontroleerd en moeten onder meer volledig traceerbaar zijn zodat kan worden gegarandeerd dat ze afkomstig zijn van een landbouwbedrijf waarvoor een controlesysteem betreffende de biologische productie geldt.

— Het gebruik van woorden als „ecologisch” en „biologisch” met betrekking tot levensmiddelen is wettelijk geregeld.

— Het communautaire logo voor biologische producten wordt in de hele Gemeenschap begrepen en geeft aan dat de betrokken producten aan strenge communautaire productiecriteria voldoen en streng zijn gecontroleerd. Informatie over het communautaire logo mag worden aangevuld met informatie over door de lidstaten ingevoerde logo's.

— Andere kwaliteitsaspecten van de betrokken producten (veiligheid, voedingswaarde, smaak).

5. **Belangrijkste hulpmiddelen**

— Elektronische hulpmiddelen (internetsites).

— Infolijn.

— PR-contacten met de media (gespecialiseerde journalisten, damesbladen, culinaire bladen, bladen van de voedingsindustrie).

— Contacten met consumentenverenigingen.

— Voorlichting bij verkooppunten.

— Acties in scholen.

— Audiovisuele media (bv. televisiespots).

— Drukwerk (folders, brochures, enz.).

— Deelname aan handelsbeurzen.

— Voorlichtings- en opleidingsseminars/acties over de werking van de communautaire regelgeving inzake biologische voeding en biologische landbouw.

6. **Looptijd van de programma's**

12 tot 36 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin voor iedere fase een strategie en duidelijk omschreven doelstellingen worden omschreven

7. **Indicatieve jaarlijkse begroting voor de sector**

3 miljoen EUR