I.

(Akty, ktorých uverejnenie je povinné)

NARIADENIE KOMISIE (ES) č. 1071/2005

z 1. júla 2005,

ktorým sa ustanovujú podrobné pravidlá uplatňovania nariadenia Rady (ES) č. 2826/2000 o informačných a propagačných činnostiach na poľnohospodárske výrobky na vnútornom trhu

KOMISIA EURÓPSKYCH SPOLOČENSTIEV,

so zreteľom na Zmluvu o založení Európskeho spoločenstva,

so zreteľom na nariadenie Rady (ES) č. 2826/2000 z 19. decembra 2000 o informačných a propagačných činnostiach na poľnohospodárske výrobky na vnútornom trhu ([1]), a najmä na jeho článok 4, článok 5 ods. 1 a články 6 a 12,

keďže:

(1) Vzhľadom na skúsenosti získané za tieto posledné roky je nevyhnutné, aby sa vykonali zmeny a doplnenia nariadenia Komisie (ES) č. 94/2002 z 18. januára 2002, ustanovujúceho podrobné pravidlá uplatňovania nariadenia Rady (ES) č. 2826/2000 o informačných a propagačných činnostiach na poľnohospodárske výrobky na vnútornom trhu ([2]). Uvedené nariadenie by sa v záujme jasnosti a účelnosti malo zrušiť a nahradiť novým nariadením.

(2) V záujme dobrého riadenia by sa mal pravidelne vypracúvať a aktualizovať zoznam tém a výrobkov, ktoré sú predmetom informačných a propagačných činností na poľnohospodárske výrobky na vnútornom trhu, mali by sa určiť vnútroštátne orgány zodpovedné za vykonávanie tohto nariadenia, a takisto by sa mala určiť dĺžka trvania programov.

(3) V záujme informovanosti a ochrany spotrebiteľov by sa malo stanoviť, že všetky odkazy o nutričných hodnotách daného výrobku, určené spotrebiteľom a iným cieľovým skupinám v rámci programov, sa musia zakladať na uznávaných vedeckých údajoch a že všetky zdroje týchto informácií musia byť uznávané.

(4) Mali by sa vyhotoviť všeobecné aj podrobné usmernenia týkajúce sa výrobkov, ktoré sú predmetom propagačných a informačných kampaní, aby sa predišlo akémukoľvek riziku narušenia hospodárskej súťaže.

(5) V záujme právnej istoty by sa malo spresniť, že navrhované programy musia byť v súlade so všetkými právnymi predpismi Spoločenstva vzťahujúcimi sa na príslušné výrobky a na ich uvádzanie na trh, ako aj s uvedenými usmerneniami.

(6) Postup predkladania programov a výberu realizátora by sa mal stanoviť tak, aby sa zabezpečila čo najširšia hospodárska súťaž a voľný pohyb služieb, so zreteľom na ustanovenia smernice Rady 92/50/EHS z 18. júna 1992 o koordinácii postupov verejného obstarávania služieb ([3]) v tých prípadoch, v ktorých je navrhujúcou organizáciou verejný orgán.

(7) Kritériá výberu programov členskými štátmi a kritériá preskúmania programov vybraných Komisiou by sa mali stanoviť tak, aby sa zabezpečilo dodržiavanie pravidiel Spoločenstva a efektívnosť činností, ktoré sa majú uskutočniť. Po preskúmaní programov musí Komisia rozhodnúť o tom, ktoré programy sa prijmú, a musí pre ne stanoviť príslušné rozpočty.

(8) V prípade programov, na ktorých sa zúčastní viac ako jeden členský štát, je potrebné stanoviť opatrenia, ktoré zabezpečia, že sa tieto členské štáty medzi sebou dohodnú na predložení a preskúmaní týchto programov.

(9) V záujme dobrého finančného riadenia sa v programoch musia stanoviť podmienky finančnej účasti členských štátov a navrhujúcich organizácií.

([1]) Ú. v. ES L 328, 23.12.2000, s. 2. Nariadenie zmenené a doplnené nariadením (ES) č. 2060/2004 (Ú. v. EÚ L 357, 2.12.2004, s. 3).

([2]) Ú. v. ES L 17, 19.1.2002, s. 20. Nariadenie naposledy zmenené a doplnené nariadením (ES) č. 422/2005 (Ú. v. EÚ L 68, 15.3.2005, s. 5).

([3]) Ú. v. ES L 209, 24.7.1992, s. 1. Smernica sa ruší s účinnosťou od 31. januára 2006 smernicou Európskeho parlamentu a Rady 2004/18/ES (Ú. v. EÚ L 134, 30.4.2004, s. 114).

(10) Rôzne podmienky týkajúce sa plnenia záväzkov musia byť predmetom zmlúv uzatvorených medzi zúčastnenými stranami a príslušnými vnútroštátnymi orgánmi v rozumnej časovej lehote na základe vzorových zmlúv, ktoré členským štátom poskytne Komisia.

(11) S cieľom zamedziť riziku dvojitého financovania by sa informačné a propagačné činnosti podporované v zmysle nariadenia Rady (ES) č. 1257/1999 zo 17. mája 1999 o podpore rozvoja vidieka z Európskeho poľnohospodárskeho usmerňovacieho a záručného fondu (EPUZF), ktorým sa menia a rušia niektoré nariadenia ([1]), mali vylúčiť z podpory v zmysle nariadenia č. 2826/2000.

(12) S cieľom zabezpečiť riadne plnenie zmluvy by mala zmluvná strana zložiť zábezpeku príslušnému vnútroštátnemu orgánu vo výške 15 % z príspevkov Spoločenstva a príslušných členských štátov. Na tento istý účel by sa mala zložiť zábezpeka v prípade žiadosti o zálohu na každú ročnú etapu.

(13) Je potrebné, aby sa určili kontroly, ktoré majú vykonávať členské štáty.

(14) Malo by sa spresniť, že vykonávanie opatrení stanovených v zmluvách je hlavnou požiadavkou v zmysle článku 20 nariadenia Komisie (EHS) č. 2220/1985 z 22. júla 1985, ktorým sa stanovujú spoločné podrobné pravidlá uplatňovania systému záruk pre poľnohospodárske výrobky ([2]).

(15) Pokiaľ ide o požiadavky na riadenie rozpočtu, je nevyhnutné, aby sa stanovili finančné postihy v prípade nepredloženia žiadostí o priebežné platby alebo nedodržania lehoty na ich predloženie, alebo v prípade oneskorenia platieb členskými štátmi.

(16) V záujme dobrého finančného riadenia a s cieľom zabrániť riziku, že stanovené platby vyčerpajú finančný príspevok Spoločenstva tak, že už neostane žiadny zostatok na vyplatenie, by sa malo stanoviť, že záloha a rôzne priebežné platby nesmú presiahnuť 80 % príspevkov Spoločenstva a členských štátov. Z toho istého dôvodu sa musí žiadosť o vyplatenie zostatku predložiť príslušnému vnútroštátnemu orgánu v stanovenej lehote.

(17) Členské štáty by mali overiť všetky informačné a propagačné materiály vyhotovené v rámci programov. Mali by sa stanoviť podmienky ich používania po skončení programov.

(18) Vzhľadom na získané skúsenosti a s cieľom sledovania riadneho plnenia programov by sa mali stanoviť podrobné pravidlá monitorovania zabezpečovaného skupinou zriadenou na tento účel nariadením (ES) č. 2826/2000.

(19) Členské štáty by mali kontrolovať vykonávanie činností a Komisia by mala byť informovaná o výsledkoch overovacích a kontrolných opatrení stanovených v tomto nariadení. V záujme dobrého finančného riadenia by sa mali prijať opatrenia, aby členské štáty medzi sebou spolupracovali v prípadoch, keď sa činnosti vykonávajú v inom členskom štáte, ako je členský štát, v ktorom sídli príslušná zmluvná organizácia.

(20) S cieľom účinne ochraňovať finančné záujmy Spoločenstva by sa mali prijať primerané opatrenia na boj proti podvodom a vážnej nedbalosti. Na tento účel sa musí zaviesť náhrada škody a sankcie.

(21) Malo by sa jasne stanoviť, že v prípade viacročných programov treba predložiť internú hodnotiacu správu po ukončení každej jednej ročnej etapy, aj keď nebola predložená žiadna žiadosť o platbu.

(22) Úroková sadzba, ktorú musí zaplatiť príjemca neoprávnenej platby, musí zodpovedať úrokovej sadzbe pre pohľadávky nezaplatené ku dňu ich splatnosti stanovenej v článku 86 nariadenia Komisie (ES, Euratom) č. 2342/2002 z 23. decembra 2002, ktorým sa ustanovujú podrobné pravidlá vykonávania nariadenia Rady (ES, Euratom) č. 1605/2002 o rozpočtových pravidlách, ktoré sa vzťahujú na všeobecný rozpočet Európskych spoločenstiev ([3]).

(23) S cieľom uľahčiť prechodné obdobie medzi nariadením (ES) č. 94/2002 a týmto nariadením by sa mali prijať prechodné opatrenia pre propagačné a informačné programy, o financovaní ktorých rozhodla Komisia pred nadobudnutím účinnosti tohto nariadenia.

(24) Opatrenia stanovené v tomto nariadení sú v súlade so stanoviskom Spoločného riadiaceho výboru pre propagáciu poľnohospodárskych výrobkov,

([1]) Ú. v. ES L 160, 26.6.1999, s. 80. Nariadenie naposledy zmenené a doplnené nariadením (ES) č. 2223/2004 (Ú. v. EÚ L 379, 24.12.2004, s. 1).

([2]) Ú. v. ES L 205, 3.8.1985, s. 5. Nariadenie naposledy zmenené a doplnené nariadením (ES) č. 673/2004 (Ú. v. EÚ L 105, 14.4.2004, s. 17).

([3]) Ú. v. ES L 357, 31.12.2002, s. 1.

PRIJALA TOTO NARIADENIE:

KAPITOLA 1

VŠEOBECNÉ USTANOVENIA

Článok 1

Účel a definícia

Toto nariadenie ustanovuje podrobné pravidlá uplatňovania nariadenia (ES) č. 2826/2000, najmä čo sa týka vypracovania, výberu, plnenia, financovania a kontroly programov uvedených v článku 6 ods. 1 uvedeného nariadenia, ako aj pravidlá uplatniteľné na programy spolufinancované členskými štátmi a Spoločenstvom podľa článku 7 ods. 1 uvedeného nariadenia.

„Programom“ sa rozumie súbor koherentných činností, ktoré majú dostatočný rozsah na to, aby sa podieľali na zlepšovaní informovanosti o príslušných výrobkoch, ako aj na zlepšovaní ich odbytu.

Článok 2

Určenie príslušných orgánov

Členské štáty určia príslušné orgány zodpovedné za uplatňovanie tohto nariadenia (ďalej len „príslušné vnútroštátne orgány“).

Členské štáty oznámia Komisii názvy a kompletné údaje určených orgánov, ako aj všetky zmeny v tejto súvislosti.

Komisia poskytne v náležitej forme tieto informácie verejnosti.

Článok 3

Trvanie programov

Programy sa realizujú počas najmenej jedného roka, maximálne však tri roky od dátumu vstupu zmluvy uvedenej v článku 11 ods. 1 do platnosti.

Článok 4

Charakteristiky informačných a propagačných odkazov šírených v rámci programov

1. V súlade s kritériami uvedenými v článku 3 nariadenia (ES) č. 2826/2000 sa musia všetky propagačné alebo informačné odkazy určené spotrebiteľom a iným cieľovým skupinám v rámci programov (ďalej len „odkaz“) zakladať na skutočných kvalitách príslušného výrobku alebo jeho charakteristických vlastnostiach.

2. Akýkoľvek odkaz na pôvod výrobkov musí byť až druhotný vzhľadom na hlavný odkaz kampane. Pôvod výrobku sa však v rámci danej informačnej alebo propagačnej činnosti môže uviesť, pokiaľ ide o označenie vykonané podľa právnych predpisov Spoločenstva alebo o typický výrobok potrebný na ilustrovanie informačných alebo propagačných činností.

3. Akákoľvek informácia o účinku konzumácie príslušných výrobkov na zdravie, šírená v kampani, sa musí zakladať na všeobecne uznávaných vedeckých údajoch.

Odkazy obsahujúce informácie o takýchto účinkoch musí schváliť príslušný vnútroštátny orgán v oblasti verejného zdravia.

Odborná alebo medziodvetvová organizácia uvedená v článku 6 ods. 1 nariadenia (ES) č. 2826/2000, ktorá navrhuje program, vedie zoznam vedeckých štúdií a stanovísk autorizovaných vedeckých inštitúcií, na ktorých sa zakladajú odkazy programu týkajúce sa účinkov na zdravie. Tento zoznam sprístupní príslušnému členskému štátu a Komisii.

Článok 5

Zoznam tém a výrobkov

Zoznam tém a výrobkov uvedených v článku 3 nariadenia (ES) č. 2826/2000 je uvedený v prílohe I k tomuto nariadeniu.

Tento zoznam sa aktualizuje každé dva roky, najneskôr do 31. marca.

Článok 6

Programy spolufinancované členskými štátmi a Spoločenstvom

V prípade uplatnenia článku 7 nariadenia (ES) č. 2826/2000 sa uplatňuje postup stanovený v článku 8 ods. 1, 2 a 3 tohto nariadenia, ako aj články 10 až 19 tohto nariadenia.

V prípade týchto programov sa uzatvoria zmluvy medzi príslušnými členskými štátmi a vybranými realizátormi.

KAPITOLA 2

VÝBER PROGRAMOV UVEDENÝCH V ČLÁNKU 6 NARIADENIA (ES) č. 2826/2000

Článok 7

Predkladanie programov a predbežný výber členskými štátmi

1. S cieľom vykonávania činností, ktoré sú súčasťou programov, vyhlási každý rok dotknutý členský štát výzvu na predkladanie návrhov.

Odborné alebo medziodvetvové organizácie Spoločenstva, ktoré zastupujú príslušné sektory (ďalej len „navrhujúce organizácie“), predložia svoje programy členskému štátu najneskôr do 30. novembra.

Tieto programy sa predkladajú vo formáte vyhotovenom Komisiou, ktorý je dostupný na jej internetovej stránke. Tento formát je pripojený k výzvam na predkladanie návrhov uvedeným v prvom pododseku.

2. Programy predložené v súlade s odsekom 1 spĺňajú:

a) právne predpisy Spoločenstva týkajúce sa príslušných výrobkov a ich uvádzania na trh;

b) usmernenia na propagáciu na vnútornom trhu uvedené v článku 5 nariadenia (ES) č. 2826/2000 a stanovené v prílohe II k tomuto nariadeniu;

c) špecifikáciu, ktorá obsahuje kritériá vylúčenia, výberu a pridelenia a ktorú zverejňujú na tento účel príslušné členské štáty.

Programy musia byť dostatočne vypracované, aby sa dalo zhodnotiť, či sú v súlade s uplatniteľnými právnymi predpismi a aký je pomer medzi ich nákladmi a účinnosťou.

Členské štáty zostavia predbežný zoznam programov, ktoré vyberú na základe kritérií stanovených podľa špecifikácie uvedenej v prvom pododseku písm. c).

3. Každá navrhujúca organizácia vyberie na účely vykonania týchto programov, a to po uskutočnení súťaže na základe primeraných postupov overených členským štátom, jedného alebo viacerých realizátorov. Pokiaľ sa tento výber uskutočnil ešte pred predložením programu, môže sa tento realizátor zúčastniť na vypracúvaní programu.

4. Ak ide o program, na ktorom sa zúčastňuje viacero členských štátov, tieto členské štáty sa dohodnú na výbere programu a vymenujú jeden členský štát za koordinátora. Zaviažu sa, že prispejú na financovanie tohto programu v súlade s článkom 10 ods. 2 a že nadviažu medzi sebou administratívnu spoluprácu s cieľom uľahčiť monitorovanie, vykonávanie a kontrolu týchto programov.

Článok 8

Výber programov Komisiou

1. Každoročne, najneskôr do 15. februára, zašlú členské štáty Komisii zoznam uvedený v článku 7 ods. 2, ktorý zahŕňa v prípade potreby aj zoznam realizátorov vybraných členskými štátmi, pokiaľ už tieto boli vybrané v súlade s článkom 7 ods. 3, ako aj kópiu každého programu.

V prípade programov, na ktorých sa zúčastňuje viacero členských štátov, toto oznámenie vykonajú dotknuté členské štáty na základe spoločnej dohody.

2. Ak Komisia zistí, že predložený program alebo jeho časť nie je v súlade s právnymi predpismi Spoločenstva alebo s usmerneniami na propagáciu na vnútornom trhu, takže je čiastočne alebo úplne nevyhovujúci, informuje o tom príslušné členské štáty do šesťdesiatich kalendárnych dní po prijatí predbežného zoznamu uvedeného v článku 7 ods. 2.

3. V súlade s článkom 6 ods. 3 tretím pododsekom nariadenia (ES) č. 2826/2000 odovzdajú členské štáty upravené programy Komisii v lehote tridsiatich kalendárnych dní po prijatí informácie uvedenej v odseku 2 tohto článku.

Po kontrole upravených programov Komisia rozhodne najneskôr do 30. júna, ktoré programy môže spolufinancovať v rámci indikatívnych rozpočtov uvedených v prílohe II k tomuto nariadeniu v súlade s postupom uvedeným v článku 13 ods. 2 nariadenia (ES) č. 2826/2000.

4. Navrhujúca organizácia je zodpovedná za riadne plnenie a riadenie vybraného programu.

Článok 9

Schvaľovanie realizátorov

1. Realizátora vybraného v súlade s článkom 7 ods. 3 schváli členský štát, ktorý o tom informuje Komisiu pred podpisom zmluvy uvedenej v článku 11 ods. 1.

Členský štát overí, či vybraný realizátor disponuje nevyhnutnými finančnými a technickými prostriedkami, aby mohol zabezpečiť čo najúčinnejšie vykonávanie činností v súlade s článkom 10 ods. 1 nariadenia (ES) č. 2826/2000. Členský štát oboznámi Komisiu s postupom uplatneným na tento účel.

2. Navrhujúca organizácia môže uskutočniť niektoré časti programu v zmysle článku 6 ods. 5 nariadenia (ES) č. 2826/2000 iba za týchto podmienok:

a) návrh na vykonanie je v súlade s ustanoveniami článku 10 ods. 1 nariadenia (ES) č. 2826/2000;

b) navrhujúca organizácia má minimálne päťročné skúsenosti s vykonávaním rovnakého druhu činnosti;

c) časť programu realizovaného navrhujúcou organizáciou nepredstavuje viac ako 50 % z celkových nákladov na program, okrem výnimočných, náležite odôvodnených prípadov, ktoré Komisia vopred písomne odsúhlasila;

d) navrhujúca organizácia zaručí, že náklady na činnosti, ktoré plánuje sama vykonávať, nepresiahnu bežne uplatňované sadzby na trhu.

Členský štát overí dodržiavanie týchto podmienok.

3. V prípade, že je navrhujúcou organizáciou verejnoprávna inštitúcia v zmysle článku 1 písm. b) druhého pododseku smernice 92/50/EHS, členské štáty prijmú nevyhnutné opatrenia, aby verejní obstarávatelia dodržiavali ustanovenia tejto smernice.

KAPITOLA 3

PRAVIDLÁ FINANCOVANIA PROGRAMOV

Článok 10

Finančný príspevok

1. Finančný príspevok Spoločenstva sa vypláca príslušným členským štátom.

2. V prípade, že sa na financovaní programu podieľa viacero členských štátov, ich podiel dopĺňa finančný príspevok navrhujúcej organizácie so sídlom na území týchto štátov. Bez toho, aby bol dotknutý článok 9 nariadenia (ES) č. 2826/2000, v takomto prípade financovanie Spoločenstva nepresiahne 50 % celkových nákladov programu.

3. Finančné príspevky stanovené v článku 9 nariadenia (ES) č. 2826/2000 musia byť uvedené v programe predloženom Komisii.

4. Informačné a propagačné činnosti, na ktoré sa poskytuje podpora podľa nariadenia Rady (ES) č. 1257/1999, nemajú nárok na finančný príspevok Spoločenstva v zmysle tohto nariadenia.

Článok 11

Uzatváranie zmlúv a zloženie zábezpeky

1. Po prijatí rozhodnutia uvedeného v článku 8 ods. 3 Komisiou členský štát informuje každú navrhujúcu organizáciu o tom, či sa vyhovelo jej žiadosti.

Členské štáty uzatvoria zmluvy s vybranými navrhujúcimi organizáciami v časovej lehote deväťdesiatich kalendárnych dní po oznámení rozhodnutia Komisie podľa článku 8 ods. 3. Po uplynutí tejto lehoty sa nesmie uzatvoriť žiadna zmluva bez predchádzajúceho súhlasu Komisie.

2. Členské štáty použijú vzorové zmluvy, ktoré im poskytne Komisia.

Pokiaľ je to vhodné, členské štáty môžu zmeniť a doplniť niektoré podmienky vzorových zmlúv s ohľadom na vnútroštátne predpisy, ale iba do tej miery, aby neboli dotknuté právne predpisy Spoločenstva.

3. Zmluva sa môže uzatvoriť medzi dvoma stranami až po tom, čo navrhujúca organizácia zloží zábezpeku členskému štátu, za podmienok stanovených v hlave III nariadenia (EHS) č. 2220/85, vo výške 15 % z maximálnej ročnej čiastky financovanej Spoločenstvom a príslušnými členskými štátmi s cieľom zabezpečiť riadne plnenie zmluvy.

Ak je však navrhujúca organizácia verejnoprávnou inštitúciou alebo koná pod vedením takejto inštitúcie, príslušný vnútroštátny orgán môže akceptovať písomnú záruku jej dozorného orgánu v percentuálnej výške uvedenej v prvom pododseku, ak sa tento dozorný orgán zaviaže, že:

a) bude dohliadať na riadne vykonávanie dohodnutých záväzkov;

b) bude kontrolovať, či sa prijaté čiastky používajú na plnenie dohodnutých záväzkov.

Dôkaz o zložení tejto zábezpeky sa musí členskému štátu predložiť pred uplynutím lehoty uvedenej v odseku 1.

4. Hlavnou požiadavkou v zmysle článku 20 nariadenia (EHS) č. 2220/85 je vykonávanie opatrení stanovených v zmluve.

5. Členský štát bezodkladne odovzdá kópiu zmluvy a dôkaz o zložení zábezpeky Komisii.

Členský štát odovzdá Komisii aj kópiu zmluvy uzatvorenej medzi vybranou navrhujúcou organizáciou a realizátorom. Táto zmluva ustanovuje povinnosť realizátora podstúpiť kontroly uvedené v článku 20.

Článok 12

Režim záloh

1. Do tridsiatich kalendárnych dní po podpise zmluvy uvedenej v článku 11 ods. 1 a v prípade viacročných zmlúv do tridsiatich dní, ktoré nasledujú po začiatku každého dvanásťmesačného obdobia, predloží zmluvná organizácia členskému štátu žiadosť o zálohu doloženú zábezpekou uvedenou v odseku 3 tohto článku. Po uplynutí tejto lehoty sa už o zálohu nesmie požiadať.

Každá záloha pokrýva maximálne 30 % čiastky ročného príspevku Spoločenstva, ako aj príslušného členského štátu či príslušných členských štátov podľa ods. 2 a 3 článku 9 nariadenia (ES) č. 2826/2000.

2. Úhrada každej zálohy členským štátom sa musí vykonať do tridsiatich kalendárnych dní po predložení žiadosti o zálohu. V prípade oneskorenia sa uplatňujú pravidlá stanovené v článku 4 nariadenia Komisie (ES) č. 296/96 ([1]).

3. Úhrada zálohy závisí od zloženia zábezpeky navrhujúcou organizáciou v prospech členského štátu vo výške 110 % tejto zálohy za podmienok stanovených v hlave III nariadenia (EHS) č. 2220/85. Členský štát bezodkladne odovzdá Komisii kópiu každej žiadosti o zálohu a dôkaz o zložení príslušnej zábezpeky.

Ak je však zmluvná organizácia verejnoprávnou inštitúciou alebo pod takúto inštitúciu patrí, písomnú záruku jej dozorného orgánu v percentuálnej výške uvedenej v prvom pododseku môže akceptovať príslušný vnútroštátny orgán, ak sa tento dozorný orgán zaviaže, že uhradí čiastku krytú zárukou v prípade, že sa nedokázal nárok na vopred vyplatenú čiastku.

([1]) Ú. v. ES L 39, 17.2.1996, s. 5. Nariadenie naposledy zmenené a doplnené nariadením (ES) č. 605/2005 (Ú. v. EÚ L 100, 20.4.2005, s. 11).

Článok 13

Priebežné platby

1. Žiadosti o priebežné platby príspevku Spoločenstva a príspevku členských štátov podávajú navrhujúce organizácie členským štátom pred koncom kalendárneho mesiaca nasledujúceho po uplynutí každej trojmesačnej etapy, ktorá sa začína dňom podpísania zmluvy podľa článku 11 ods. 1.

Tieto žiadosti sa týkajú platieb vykonaných počas uvedenej trojmesačnej etapy a sú doložené súhrnným finančným výkazom, kópiami faktúr a príslušnými dokladmi, ako aj priebežnou správou o plnení zmluvy za príslušnú trojmesačnú etapu (ďalej len „štvrťročná správa“). V prípade, že sa počas predmetnej trojmesačnej etapy neuskutočnila žiadna platba alebo činnosť, tieto dokumenty sa odovzdajú príslušnému vnútroštátnemu orgánu v časovej lehote uvedenej v prvom pododseku.

Okrem prípadov vyššej moci sa na oneskorené predloženie každej žiadosti o priebežnú platbu, doloženej dokumentmi uvedenými v druhom pododseku, uplatňuje zníženie platby o 3 % za každý celý mesiac oneskorenia.

2. Vyplácanie priebežných platieb je podmienené kontrolou dokumentov uvedených v odseku 1 druhom pododseku členským štátom.

3. Priebežné platby a platby záloh uvedené v článku 12 nesmú súhrnne prekročiť 80 % celkového ročného finančného príspevku Spoločenstva a príslušných členských štátov podľa článku 9 ods. 2 a 3 nariadenia (ES) č. 2826/2000. Len čo sa dosiahne táto úroveň, nesmie sa podať žiadna ďalšia žiadosť o priebežnú platbu.

Článok 14

Vyplatenie zostatku

1. Žiadosť o vyplatenie zostatku podáva navrhujúca organizácia členskému štátu v lehote štyroch mesiacov po dátume ukončenia ročných činností stanovených v zmluve uvedenej v článku 11 ods. 1.

Žiadosť sa považuje za prijateľnú, ak je k nej priložená správa (ďalej len „výročná správa“), ktorá obsahuje:

a) prehľad vykonaných činností a vyhodnotenie získaných výsledkov, ktoré sa dali zistiť k dátumu správy;

b) výročný súhrnný finančný výkaz, v ktorom sú jasne uvedené plánované a uskutočnené výdavky.

K výročnej správe musia byť priložené kópie faktúr a príslušné doklady o vykonaných platbách.

Okrem prípadov vyššej moci sa na oneskorené predloženie žiadosti o vyplatenie zostatku uplatňuje zníženie zostatku o 3 % za každý mesiac oneskorenia.

2. Vyplatenie zostatku je podmienené kontrolou faktúr a dokladov uvedených v ods. 1 treťom pododseku členským štátom.

Zostatok sa zníži v závislosti od závažnosti nedodržiavania hlavnej požiadavky uvedenej v článku 11 ods. 4.

Článok 15

Platby členského štátu

Členský štát vykoná platby stanovené v článkoch 13 a 14 v lehote šesťdesiatich kalendárnych dní od prijatia žiadosti o platbu.

Táto lehota sa však môže pozastaviť kedykoľvek v priebehu šesťdesiatdňovej lehoty od prvého zaregistrovania žiadosti o platbu úradným vyrozumením veriteľskej zmluvnej organizácie o tom, že jej žiadosť nie je prijateľná, pretože pohľadávka nie je nárokovateľná, alebo žiadosť nie je doložená dokladmi požadovanými pre všetky dodatočné žiadosti, alebo členský štát považuje za nevyhnutné, aby sa poskytli dodatočné informácie alebo vykonali kontroly. Plynutie lehoty pokračuje od dátumu prijatia požadovaných informácií alebo od dátumu vykonania kontrol členským štátom, ktoré sa musia odovzdať alebo vykonať v lehote tridsiatich kalendárnych dní od oznámenia.

Okrem prípadov vyššej moci sa na oneskorenia platieb uplatňuje zníženie výšky mesačnej zálohy, ktorú vypláca Komisia členskému štátu, v súlade s pravidlami stanovenými v článku 4 nariadenia (ES) č. 296/96.

Článok 16

Zábezpeky

1. Zábezpeka uvedená v článku 12 ods. 3 sa uvoľní, ak príslušný členský štát dokáže definitívny nárok na zálohovú čiastku.

2. Platnosť zábezpeky uvedenej v článku 11 ods. 3 musí mať trvanie až do vyplatenia zostatku a uvoľní sa na základe písomného pokynu na uvoľnenie zábezpeky od príslušného vnútroštátneho orgánu.

Uvoľnenie zábezpeky prebehne v lehote a za podmienok stanovených v článku 15 pre vyplatenie zostatku.

3. Prepadnuté zábezpeky, ako aj uložené penále sa odpočítajú od výdavkov vykázaných v Záručnej sekcii Európskeho poľnohospodárskeho usmerňovacieho a záručného fondu (EPUZF), čo sa týka časti zodpovedajúcej financovaniu Spoločenstva.

Článok 17

Dokumenty, ktoré je potrebné odovzdať Komisii

1. Výročná správa sa predloží po ukončení každej ročnej etapy, aj keď nebola predložená žiadna žiadosť o vyplatenie zostatku.

2. Členský štát odovzdá Komisii do tridsiatich kalendárnych dní od vyplatenia zostatku uvedeného v článku 14 ods. 2 súhrnné finančné výkazy uvedené v článku 14 ods. 1 v druhom pododseku písm. a) a b).

3. Členský štát odovzdá Komisii dvakrát do roka štvrťročné správy nevyhnutné na priebežné platby v súlade s článkom 13.

Prvá a druhá štvrťročná správa sa zašle v lehote šesťdesiatich kalendárnych dní po prijatí druhej štvrťročnej správy členským štátom a tretia a štvrtá štvrťročná správa sa priloží k súhrnným výkazom uvedeným v odseku 2 tohto článku.

Výročná správa o uplynulom roku môže zahŕňať štvrťročnú správu týkajúcu sa posledného štvrťroku.

4. V lehote tridsiatich kalendárnych dní po vyplatení zostatku členský štát odovzdá Komisii finančnú súvahu o výdavkoch uskutočnených v rámci zmluvy predloženej vo forme stanovenej Komisiou a odovzdanej členským štátom. K tejto súvahe sa priloží odôvodnené stanovisko členského štátu k vykonávaniu úloh stanovených počas uplynulej etapy.

Súvaha okrem toho potvrdzuje, že na základe kontrol vykonaných v súlade s článkom 13 ods. 2 a článkom 14 ods. 2 sa všetky výdavky považujú za oprávnené v súlade s podmienkami zmluvy.

KAPITOLA 4

MONITOROVANIE A KONTROLY

Článok 18

Používanie materiálu

1. Členské štáty overia, či sú informačné a propagačné materiály, ktoré sú vyhotovené alebo použité v rámci tých programov a ktoré využívajú financovanie v zmysle tohto nariadenia, v súlade s právnymi predpismi Spoločenstva.

Komisii odovzdajú schválené materiály.

2. Materiál vyhotovený a financovaný v rámci programu uvedeného v odseku 1, vrátane grafickej, vizuálnej a audiovizuálnej tvorby, ako aj internetové stránky sa môžu použiť aj v budúcnosti pod podmienkou predchádzajúceho písomného súhlasu Komisie, príslušných navrhujúcich organizácií a členských štátov, ktoré prispeli na financovanie programu, so zreteľom na práva zmluvných strán vyplývajúce z vnútroštátneho práva, ktorým sa projekt riadi.

Článok 19

Monitorovanie programov

1. Monitorovacia skupina stanovená v článku 10 ods. 2 nariadenia (ES) č. 2826/2000 sa pravidelne stretáva s cieľom sledovať stav napredovania rôznych programov, ktoré využívajú financovanie v zmysle tohto nariadenia.

Na tento účel je monitorovacia skupina oboznámená pri každom jednom programe s časovým rozvrhom plánovaných činností, so štvrťročnými a výročnými správami, ako aj s výsledkami kontrol vykonaných v zmysle článkov 13, 14 a 20 tohto nariadenia.

Monitorovacej skupine predsedá zástupca príslušného členského štátu. V prípade programov, na ktorých sa podieľa viacero členských štátov, predsedá skupine zástupca menovaný zúčastnenými členskými štátmi.

2. Úradníci a dočasní zamestnanci Komisie sa môžu podieľať na činnostiach organizovaných v rámci programu, ktorý využíva financovanie v zmysle tohto nariadenia.

Článok 20

Kontroly vykonávané členskými štátmi

1. Príslušný členský štát stanoví najvhodnejšie prostriedky s cieľom zabezpečiť kontrolu programov a činností financovaných v zmysle tohto nariadenia a informuje o nich Komisiu.

Tieto kontroly sa vykonávajú každoročne, minimálne v prípade 20 % programov ukončených v priebehu uplynulého roka, s minimálnym počtom dvoch programov, a týkajú sa najmenej 20 % z celkového rozpočtu na tieto programy ukončené v priebehu uplynulého roka. Výber vzorky na výber programov sa uskutoční na základe analýzy rizika.

Členský štát odovzdá Komisii správu za každý skontrolovaný program, v ktorom opíše výsledky vykonaných kontrol, ako aj zistené nedostatky. Túto správu bezodkladne odovzdá po jej ukončení.

2. Členský štát prijme nevyhnutné opatrenia s cieľom overiť najmä prostredníctvom technických a účtovných kontrol v zmluvnej organizácii a u realizátora:

a) presnosť poskytnutých údajov a dokladov;

b) splnenie všetkých zmluvných záväzkov stanovených v zmluve uvedenej v článku 11 ods. 1.

Bez toho, aby boli dotknuté ustanovenia nariadenia Rady (EHS) č. 595/91 ([1]), členský štát informuje čo najskôr Komisiu o všetkých nezrovnalostiach zistených počas vykonávania kontrol.

3. V prípade programov, na ktorých sa podieľa viacero členských štátov, prijmú tieto štáty opatrenia nevyhnutné na koordináciu ich kontrolnej aktivity a informujú o tom Komisiu.

([1]) Ú. v. ES L 67, 14.3.1991, s. 11.

4. Komisia sa môže kedykoľvek zúčastniť na kontrolách uvedených v odsekoch 1 až 3. Príslušné vnútroštátne orgány odovzdajú na tento účel Komisii predbežný časový harmonogram kontrol, ktoré má vykonať členský štát, minimálne tridsať dní pred začatím týchto kontrol.

Komisia môže vykonať všetky dodatočné kontroly, ktoré uzná za nevyhnutné.

Článok 21

Vymáhanie neoprávnene vyplatených platieb

1. V prípade neoprávnenej platby je príjemca povinný uhradiť predmetné čiastky zvýšené o úrok vypočítaný na základe lehoty, ktorá uplynula medzi platbou a vrátením čiastky príjemcom.

Použije sa úroková sadzba stanovená v súlade s článkom 86 ods. 2 písm. b) nariadenia (ES, Euratom) č. 2342/2002.

2. Čiastky, ktoré sa vymohli, ako aj úroky sa vyplatia platobným agentúram alebo orgánom členských štátov, ktoré ich odpočítajú od výdavkov financovaných z prostriedkov EPUZF v pomere k finančnému príspevku Spoločenstva.

Článok 22

Penále

1. V prípade podvodu alebo vážnej nedbalosti uhradí navrhujúca organizácia dvojnásobok rozdielu medzi pôvodne vyplatenou čiastkou a skutočne dlžnou čiastkou.

2. Ak článok 6 nariadenia Rady (ES, Euratom) č. 2988/95 ([1]) nestanovuje inak, zníženia a vylúčenia stanovené v tomto nariadení sa uplatňujú bez toho, aby boli dotknuté dodatočné sankcie, ktoré sú prípadne uplatniteľné podľa iných ustanovení právnych predpisov Spoločenstva alebo vnútroštátnych právnych predpisov.

KAPITOLA 5

ZRUŠENIE, PRECHODNÉ A ZÁVEREČNÉ USTANOVENIA

Článok 23

Zrušenie nariadenia (ES) č. 94/2002

Nariadenie (ES) č. 94/2002 sa zrušuje. Avšak ustanovenia uvedeného nariadenia zostávajú naďalej uplatniteľné na tie propagačné a informačné programy, o financovaní ktorých rozhodla Komisia pred nadobudnutím účinnosti tohto nariadenia.

Odkazy vykonané na zrušené nariadenie sa považujú za odkazy na toto nariadenie.

Článok 24

Prechodné ustanovenia

1. Na rok 2005 sa okrem konečného termínu stanoveného v článku 7 ods. 1 druhom pododseku stanovuje druhý konečný termín na predloženie programov na 31. júl 2005.

2. Odchylne od článku 8 ods. 1 prvého pododseku sa na rok 2005 pre programy predložené najneskôr do 31. júla 2005 stanovuje konečný termín na predloženie predbežného zoznamu programov Komisii na 30. september 2005.

3. Odchylne od článku 8 ods. 3 prijme Komisia na rok 2005 rozhodnutie podľa uvedeného odseku najneskôr do 15. decembra 2005.

Článok 25

Nadobudnutie účinnosti

Toto nariadenie nadobúda účinnosť siedmym dňom po jeho uverejnení v *Úradnom vestníku Európskej únie*.

Toto nariadenie je záväzné v celom rozsahu a priamo uplatniteľné vo všetkých členských štátoch.

V Bruseli 1. júla 2005

Za Komisiu

Mariann FISCHER BOEL

členka Komisie

([1]) Ú. v. ES L 312, 23.12.1995, s. 1.

PRÍLOHA I

ZOZNAM TÉM A VÝROBKOV

— Čerstvé ovocie a zelenina

— Spracované ovocie a zelenina

— Ľanové vlákna

— Živé rastliny a produkty okrasného záhradníctva

— Olivový olej a stolové olivy

— Semenné oleje

— Mlieko a mliečne výrobky

— Čerstvé, chladené alebo mrazené mäso, vyrobené v súlade s národným programom kvality alebo programom kvality Spoločenstva

— Označovanie vajec určených na ľudskú spotrebu

— Med a včelárske produkty

— Akostné vína vyrábané v určitých regiónoch (PVUR), stolové vína so zemepisným označením

— Grafický symbol najodľahlejších regiónov, tak ako je uvedené v právnych predpisoch pre poľnohospodárstvo

— Chránené označenie pôvodu (CHOP), chránené zemepisné označenie (CHZO) alebo zaručená tradičná špecialita (ZTŠ) v súlade s nariadeniami Rady (EHS) č. 2081/92 [1] a (EHS) č. 2082/92 [2] a produkty registrované v rámci týchto programov

— Ekologické poľnohospodárstvo v súlade s nariadením Rady (EHS) č. 2029/91 [3] a produkty registrované v súlade s týmto nariadením.

---

[1] Ú. v. ES L 208, 24.7.1992, s. 1. Nariadenie naposledy zmenené a doplnené nariadením (ES) č. 806/2003 (Ú. v. EÚ L 122, 16.5.2003, s. 1).

[2] Ú. v. ES L 208, 24.7.1992, s. 9. Nariadenie naposledy zmenené a doplnené nariadením (ES) č. 806/2003.

[3] Ú. v. ES L 198, 22.7.1991, s. 1. Nariadenie naposledy zmenené a doplnené nariadením (ES) č. 2254/2004 (Ú. v. EÚ L 385, 29.12.2004, s. 20).

PRÍLOHA II

USMERNENIA PRE PROPAGÁCIU NA VNÚTORNOM TRHU

Cieľom týchto usmernení je poskytnúť isté smerovanie, pokiaľ ide o odkazy, cieľové skupiny a nástroje, ktoré musia byť ústrednými v informačných alebo propagačných programoch pre rôzne kategórie výrobkov.

Bez toho, aby boli dotknuté priority uvedené v článku 6 ods. 4 nariadenia (ES) č. 2826/2000, by sa mali návrhy programov vypracovať vo všeobecnosti tak, aby zohľadňovali tieto zásady:

— pokiaľ sú programy navrhnuté viacerými členskými štátmi, je dôležité, aby obsahovali koordinované stratégie, činnosti a odkazy,

— programy by mali byť prednostne viacročné a ich rozsah by mal byť dostatočný na to, aby sa dosiahol podstatný efekt na cieľových trhoch. Ak je to vhodné, môžu sa zrealizovať na trhoch viacerých členských štátov,

— odkazy programov by mali poskytovať objektívne informácie o podstatných vlastnostiach a/alebo o nutričnej hodnote výrobkov v rámci vyváženého stravovania, o spôsobe ich výroby alebo o ich ekologických účinkoch,

— programy by mali obsahovať kľúčové odkazy, ktoré sú v záujme spotrebiteľov, odborníkov a obchodného sektora viacerých členských štátov.

ČERSTVÉ OVOCIE A ZELENINA

1. **Prehľad situácie**

Zatiaľ čo výroba ovocia a zeleniny v Spoločenstve rastie, ich spotreba zostáva vo všeobecnosti na rovnakej úrovni.

Pozorujeme stratu záujmu spotrebiteľov vo veku do tridsaťpäť rokov, ktorá je dokonca ešte výraznejšia medzi spotrebiteľmi v školopovinnom veku. Toto správanie je škodlivé z hľadiska vyváženého stravovania.

2. **Ciele**

Hlavným cieľom je vylepšiť imidž produktov ako produktov „čerstvých“ a „prírodných“ a znížiť vek spotrebiteľov najmä stimulovaním mladých ľudí, aby konzumovali tieto produkty.

3. **Cieľové skupiny**

— Mladé domácnosti do tridsaťpäť rokov

— Školopovinné deti a dospievajúca mládež, ako aj ich rodičia

— Kolektívne stravovacie zariadenia a školské jedálne

— Lekári a odborníci na výživu.

4. **Hlavné odkazy**

— Podporovať prístup typu „5 x denne“ (odporúčanie, ktoré spočíva v konzumácii minimálne piatich porcií ovocia a zeleniny denne)

— Prírodné a čerstvé produkty

— Kvalita (bezpečnosť, nutričná hodnota a chuť, výrobné postupy, ochrana životného prostredia, prepojenie s pôvodom výrobku)

— Pôžitok

— Vyvážené stravovanie

— Rozmanitosť a sezónny charakter zásobovania čerstvými produktmi, informácie o ich chuti a ich používaní

— Vysledovateľnosť

— Dostupnosť a jednoduchá príprava: veľa ovocia a zeleniny si nevyžaduje žiadne varenie.

5. **Hlavné nástroje**

— Elektronické médiá (internetové stránky ponúkajúce produkty s hrami pre mladých ľudí)

— Telefónne informačné linky

— Styk s verejnosťou prostredníctvom masmédií a reklama (odborná tlač, tlač určená pre ženy, časopisy a magazíny pre mladých atď.)

— Kontakt s lekármi a s odborníkmi na výživu

— Pedagogické činnosti zamerané na deti a mládež so zapojením učiteľov a zodpovedných pracovníkov školských jedální

— Informačné činnosti na predajných miestach zamerané na spotrebiteľov

— Ostatné nástroje (letáky a brožúrky s informáciami o výrobkoch a recepty, detské hry atď.)

— Vizuálne médiá (kino, špecializované televízne kanály)

— Rozhlasové spoty

— Účasť na veľtrhoch.

6. **Trvanie programov**

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov, pričom sa uprednostňujú viacročné programy so stanovenými cieľmi pre každú etapu.

7. **Indikatívny ročný rozpočet pre sektor**

4 milióny EUR

SPRACOVANÉ OVOCIE A ZELENINA

1. **Prehľad situácie**

Tento sektor musí čeliť čoraz väčšej konkurencii viacerých tretích krajín.

Keďže dopyt progresívne stúpa najmä z dôvodu jednoduchej konzumácie takýchto výrobkov, malo by sa to v rámci tohto sektora využiť. Pomoc určená na informačné a propagačné činnosti je preto opodstatnená.

2. **Ciele**

Zmodernizovať a omladiť imidž produktu a poskytnúť informácie potrebné na podporovanie jeho spotreby.

3. **Cieľové skupiny**

— Domácnosti

— Kolektívne stravovacie zariadenia a školské jedálne

— Lekári a odborníci na výživu.

4. **Hlavné odkazy**

— Kvalita (bezpečnosť, nutričná hodnota a chuť, metódy prípravy)

— Jednoduchosť použitia

— Pôžitok

— Rôznorodosť ponuky produktov a dostupnosť počas celého roka

— Vyvážená strava

— Vysledovateľnosť.

5. **Hlavné nástroje**

— Elektronické médiá (internetové stránky)

— Telefónne informačné linky

— Styk s verejnosťou prostredníctvom masmédií a reklama (odborná tlač, tlač určená pre ženy, kulinárska tlač atď.)

— Predvádzanie na miestach predaja

— Styk s lekármi a s odborníkmi na výživu

— Ďalšie nástroje (letáky a brožúry o výrobkoch a recepty)

— Vizuálne médiá

— Účasť na veľtrhoch.

6. **Trvanie programov**

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov, pričom sa uprednostňujú viacročné programy so stanovenými cieľmi pre každú etapu.

7. **Indikatívny ročný rozpočet pre sektor**

2 milióny EUR

ĽANOVÉ VLÁKNA

1. **Prehľad situácie**

Z dôvodu liberalizácie medzinárodného obchodu v textilnom a odevnom sektore musel ľan zo Spoločenstva čeliť veľkej konkurencii ľanu z iných krajín ponúkaného za veľmi zaujímavé ceny. Okrem toho je v konkurenčnom vzťahu aj s inými textilnými vláknami. Navyše vykazuje spotreba textilu stagnujúcu tendenciu.

2. **Ciele**

— Rozvíjať imidž a známosť ľanu zo Spoločenstva a klásť dôraz na jeho osobitné kvality

— Zvyšovať spotrebu tohto produktu

— Informovať spotrebiteľov o charakteristických vlastnostiach nových produktov uvádzaných na trh.

3. **Cieľové skupiny**

— Hlavní odborníci v tomto sektore (štylisti, tvorcovia, dizajnéri, výrobcovia odevov, vydavatelia)

— Distributéri

— Vzdelávacie inštitúcie pre profesie v textilnom, módnom a dekoračnom sektore (učitelia a študenti)

— Tvorcovia verejnej mienky

— Spotrebitelia.

4. **Hlavné odkazy**

— Kvalita vyplýva z výrobných podmienok prvotného materiálu, z prispôsobených odrôd a z know-how rôznych aktérov pôsobiacich v danom odvetví

— Veľmi rozmanitá a bohatá ponuka Spoločenstva z hľadiska výrobkov (odevy, dekorácie, bielizeň pre domácnosť), ako aj z hľadiska tvorivosti a inovácie.

5. **Hlavné nástroje**

— Elektronické médiá (internetové stránky)

— Veľtrhy a prehliadky

— Informačné činnosti cielené na odbornú skupinu sektora (dizajnéri, tvorcovia, distributéri a vydavatelia)

— Poskytovanie informácií na miestach predaja

— Vzťahy s odbornou tlačou

— Didaktické informačné činnosti v školách pre textilných technikov, v školách módneho návrhárstva atď.

6. **Trvanie programov**

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov, pričom sa uprednostňujú viacročné programy so stanovenými cieľmi pre každú etapu.

7. **Indikatívny ročný rozpočet pre sektor**

1 milión EUR

ŽIVÉ RASTLINY A PRODUKTY OKRASNÉHO ZÁHRADNÍCTVA

1. **Všeobecná analýza situácie**

Pokiaľ ide o zásobovanie, tento sektor musí čeliť rastúcej konkurencii medzi výrobkami Spoločenstva a výrobkami tretích krajín.

Hodnotiace štúdie propagačných kampaní vedených v rokoch 1997 až 2000 uvádzajú, že na účely uľahčenia predaja produktov Spoločenstva v Európskom spoločenstve je potrebné zlepšiť a zracionalizovať organizáciu celého reťazca od výrobcu až po distribútora a zlepšiť informovanosť spotrebiteľov o osobitných vlastnostiach a odrodách produktov zo Spoločenstva.

2. **Ciele**

— Zvýšiť spotrebu kvetov a rastlín pôvodom zo Spoločenstva

— Podporovať ekologické postupy a lepšie poznať výrobné spôsoby, ktoré zohľadňujú životné prostredie

— Posilniť partnerstvo medzi odborníkmi z viacerých členských štátov, čím sa umožní okrem iného delba o najnovšie poznatky v sektore a lepšia informovanosť účastníkov výrobného reťazca.

3. **Cieľové skupiny**

— Pestovatelia, záhradnícke škôlky, distribútori a iní prevádzkovatelia v rámci sektora

— Študenti a školopovinné deti

— Tvorcovia mienky: novinári, učitelia

— Spotrebitelia.

4. **Hlavné odkazy**

— Informovanosť o kvalite a rozmanitosti výrobkov Spoločenstva

— Výrobné metódy chrániace životné prostredie

— Techniky zamerané na vývoj výrobkov s dlhšou trvácnosťou

— Optimálna rozmanitosť rastlín a kvetov

— Úloha rastlín a kvetov pre pohodu a kvalitu života.

5. **Hlavné nástroje**

— Vzťahy s médiami

— Výstavy a veľtrhy: stánky predstavujúce produkty viacerých členských štátov

— Školenia určené pre profesionálov, spotrebiteľov a študentov

— Výmena vedomostí, ktoré sa týkajú zlepšovania trvácnosti produktov

— Informovanie spotrebiteľov prostredníctvom tlače a činností, ako je vydávanie katalógov, záhradníckych kalendárov a prípadne kampane typu „Rastlina mesiaca“

— Používanie elektronických médií vo väčšej miere (internet, CD-ROM atď.).

6. **Trvanie programov**

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov, pričom prioritu majú programy, ktoré majú pre každú etapu stanovený cieľ a náležite odôvodnené ciele.

7. **Indikatívny ročný rozpočet pre sektor**

3 milióny EUR

OLIVOVÝ OLEJ A STOLOVÉ OLIVY

1. **Všeobecná analýza situácie**

Ponuka olivového oleja a stolových olív rastie, avšak pre zachovanie rovnováhy na trhu Spoločenstva zohrávajú dôležitú úlohu predajné miesta na vnútornom a medzinárodnom trhu. Pokiaľ ide o úroveň dopytu, situácia sa veľmi líši podľa toho, či ide o tradičné spotrebiteľské trhy, alebo ide o trhy, na ktorých je olivový olej a stolové olivy pomerne krátko.

V tradičných spotrebiteľských členských štátoch (Španielsko, Taliansko, Grécko a Portugalsko) sú príslušné produkty všeobecne dobre známe a ich spotreba je vysoká. Ide o zrelé trhy, na ktorých je rast celkového dopytu málo pravdepodobný, no vzhľadom na ich súčasný podiel spotreby olivového oleja sú stále veľmi zaujímavé pre tento sektor.

V členských štátoch, ktoré sú „novými spotrebiteľmi“, spotreba olivového oleja na obyvateľa narástla, ale ešte stále je pomerne nízka (v Spoločenstve v zložení do 30. apríla 2004), dokonca až okrajová (a to vo väčšine členských štátov, ktoré pristúpili 1. mája 2004). Veľa spotrebiteľov nepozná pozitívne účinky alebo rôzne možnosti použitia olivového oleja a stolových olív. Tento trh teda predstavuje perspektívu rastúceho dopytu.

2. **Ciele**

— Predovšetkým zvýšiť spotrebu týchto produktov v členských štátoch, ktoré sú „novými spotrebiteľmi“, a to zlepšením ich prieniku na trh, a zintenzívniť ich spotrebu diverzifikáciou ich použitia a poskytnutím potrebných informácií.

— Podporovať a rozvíjať spotrebu v členských štátoch, ktoré sú „tradičnými spotrebiteľmi“, zlepšovaním informovanosti spotrebiteľov o aspektoch, ktoré sú menej známe, a získavaním dôvery mladých ľudí.

3. **Cieľové skupiny**

— Osoby, ktoré nakupujú: v prípade členských štátov, ktoré sú „tradičnými spotrebiteľmi“, najmä osoby vo veku 20 až 40 rokov

— Tvorcovia mienky (gastronómovia, šéfkuchári, reštaurácie, novinári), tlač pre širokú verejnosť a odborná tlač (gastronomická tlač, tlač pre ženy, tlač o životnom štýle)

— Lekárska a zdravotnícka tlač

— Distribútori (v členských štátoch, ktoré sú novými spotrebiteľmi).

4. **Hlavné odkazy**

— Gastronomické vlastnosti a organoleptické charakteristiky panenského olivového oleja (aróma, farba, chuť), ktoré sa rôznia podľa odrôd, pôdy, úrod, CHOP/CHZO atď. Táto rozmanitosť ponúka širokú paletu gastronomických pocitov a možností

— Existujú rôzne kategórie olivového oleja

— Vďaka nutričnej hodnote je olivový olej hlavným prvkom zdravej a vyváženej diéty: spája kulinársky pôžitok a nároky zdravej a vyváženej stravy

— Informácie o pravidlách kontroly a osvedčovania kvality, ako aj označovania olivových olejov

— Informácie o olivových olejoch a/alebo stolových olivách, ktoré sú v Spoločenstve registrované pod CHOP alebo CHZO

— Stolové olivy predstavujú prírodný a zdravý produkt, ktorý sa môže jesť ako rýchle občerstvenie alebo ako súčasť kompletných jedál

— Charakteristické vlastnosti rôznych odrôd stolových olív.

Najmä v členských štátoch, ktoré sú novými spotrebiteľmi:

— olivový olej je prírodný produkt s dlhou tradíciou a know-how, ktorý je vhodný pre modernú kuchyňu plnú arómy, ľahko sa spája so stredozemskou kuchyňou, ale aj s úplne modernou kuchyňou,

— rady na jeho používanie.

Najmä v členských štátoch, ktoré sú tradičnými spotrebiteľmi:

— výhody, ktoré predstavuje nákup fľaškového olivového oleja (s etiketou obsahujúcou užitočné informácie pre spotrebiteľa),

— modernizácia imidžu produktu s dlhou tradíciou a s významným kultúrnym rozmerom.

Bez toho, aby bol dotknutý článok 4 ods. 3, informácie o nutričných vlastnostiach olivového oleja a stolových olív musia byť podložené všeobecne uznávanými vedeckými údajmi a musia spĺňať požiadavky stanovené smernicou Európskeho parlamentu a Rady 2000/13/ES ([1]).

5. **Hlavné nástroje**

— Internet a iné elektronické médiá (CD-ROM, DVD atď.)

— Propagácia na miestach predaja (ochutnávky, recepty, informácie)

— Styky s médiami a s verejnosťou (podujatia, účasť na veľtrhoch atď.)

— Reklama (alebo propagačné úvodníky) v tlači (všeobecnej, gastronomickej, ženskej tlači a v tlači o životnom štýle)

— Činnosti v spolupráci s lekármi a zdravotníkmi (verejné vzťahy s lekárskymi kruhmi)

— Audiovizuálne médiá (televízia a rádio)

— Účasť na veľtrhoch.

6. **Trvanie a rozsah programov**

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov, pričom prioritu majú viacročné programy, ktoré majú pre každú etapu stanovenú stratégiu a náležite odôvodnené ciele.

Prednosť budú mať programy, ktorých realizácia sa plánuje najmenej v dvoch členských štátoch predstavujúcich „nových spotrebiteľov“.

([1]) Ú. v. ES L 109, 6.5.2000, s. 29. Smernica naposledy zmenená a doplnená smernicou 2003/89/ES (Ú. v. EÚ L 308, 25.11.2003, s. 15).

7. **Indikatívny ročný rozpočet pre sektor**

4 milióny EUR

SEMENNÉ OLEJE

V tomto sektore sa uprednostnia tie programy, ktoré sú zamerané na repkový olej, alebo programy, ktoré predstavujú charakteristiky viacerých semenných olejov.

Indikatívny ročný rozpočet pre sektor:

2 milióny EUR.

A. *REPKOVÝ OLEJ*

1. **Všeobecná analýza situácie**

Z dôvodu novej Spoločnej poľnohospodárskej politiky sa na výrobu repkového oleja neposkytuje žiadna zvláštna pomoc a výroba sa preto musí odteraz sústrediť na potreby trhu. Propagácia repkového oleja, ktorý ponúka veľké výrobné možnosti a alternatívu obilninovej výroby charakteristickej štrukturálnou nadprodukciou, prispeje k vytvoreniu rovnováhy na trhu s poľnohospodárskymi plodinami a k spotrebe rôznych rastlinných olejov v Spoločenstve. Spoločenstvo je v súčasnosti čistým vývozcom repkového oleja.

Za posledné desaťročia sa vyvinuli odrody repky olejnej so značnou nutričnou hodnotou. To viedlo k zlepšeniu kvality. Vyvinuli sa nové produkty ako repkový olej lisovaný za studena so zvláštnou orieškovou chuťou.

Nutričná hodnota repkového oleja je predmetom svetového výskumu, ktorého výsledky potvrdzujú blahodarné diétne a fyziologické vlastnosti produktu. Lekári, odborníci na výživu a spotrebitelia by mali byť informovaní o najnovších výsledkoch výskumu.

2. **Ciele**

— Informovať o vlastnostiach repkového oleja a o jeho poslednom vývoji

— Zvyšovať spotrebu informovaním spotrebiteľov, ako aj lekárskych a nemocničných profesií o používaní a nutričnej hodnote repkového oleja.

3. **Cieľové skupiny**

— Domácnosti, najmä osoby, ktoré majú na starosť nákup

— Tvorcovia mienky (novinári, šéfkuchári, lekári a odborníci na výživu)

— Distribútori

— Lekárska a zdravotnícka tlač

— Poľnohospodársko-potravinársky priemysel.

4. **Hlavné odkazy**

— Repkový olej predstavuje dôležitú súčasť vyváženej a zdravej stravy pre svoje nutričné vlastnosti

— Zaujímavé zloženie repkového oleja z mastných kyselín

— Rady na jeho používanie

— Informácie o vývoji produktu a jeho odrôd.

Bez toho, aby bol dotknutý článok 4 ods. 3, informácie o nutričných vlastnostiach repkového oleja musia byť podložené všeobecne uznávanými vedeckými údajmi a musia spĺňať požiadavky stanovené smernicou 2000/13/ES.

5. **Hlavné nástroje**

— Propagácia na mieste predaja (ochutnávky, recepty, informácie)

— Reklama (alebo propagačné úvodníky) v tlači (všeobecnej, gastronomickej, ženskej tlači a v tlači o životnom štýle)

— Styk s verejnosťou (podujatia, účasť na potravinárskych veľtrhoch)

— Činnosti podnikané v spolupráci s lekármi a zdravotníkmi

— Činnosti podnikané v spolupráci s reštauráciami, stravovacími zariadeniami a šéfkuchármi

— Internet.

6. **Trvanie programov**

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov.

B. *SLNEČNICOVÝ OLEJ*

Programy v prospech slnečnicového oleja sú uprednostnené, iba ak sú opodstatnené vzhľadom na podmienky trhu.

1. **Všeobecná analýza situácie**

V Spoločenstve sú slnečnice vysadené na viac ako dvoch miliónoch hektárov pôdy a výroba slnečnicových semienok je vyššia ako 3,5 milióna ton ročne. Slnečnicový olej spotrebovaný v Spoločenstve sa vyrába výlučne zo semien vypestovaných na jeho území. Avšak ústup v drvení sa prejaví poklesom výroby slnečnicového oleja v Spoločenstve počas hospodárskeho roka 2004/2005. Vzhľadom na rastúce svetové ceny a na možný nedostatok v zásobovaní sa neuprednostňujú tie programy, ktoré sa sústreďujú výlučne na slnečnicový olej. Tieto programy sa však môžu predložiť v rámci programov, ktoré sa týkajú viacerých semenných olejov pôvodom zo Spoločenstva.

Slnečnicový olej je osobitne zaujímavý tým, že má viaceré využitia, najmä na vyprážanie potravín. Je tiež bohatý na nenasýtené mastné kyseliny a vitamíny E. Cieľom týchto kampaní je informovať spotrebiteľov, obchodníkov a distributérov o rôznych použitiach, druhoch a vlastnostiach slnečnicového oleja, ako aj o právnych predpisoch Spoločenstva, ktoré sa týkajú jeho kvality. Kampane by mali byť koncipované tak, aby poskytovali objektívne informácie.

2. **Ciele**

Informovať spotrebiteľov a odborníkov v sektore o:

— rôznych použitiach slnečnicového oleja, o jeho vlastnostiach a nutričnej hodnote,

— o právnych predpisoch a normách, ktoré sa týkajú kvality, a pravidlách týkajúcich sa označovania.

3. **Cieľové skupiny**

— Domácnosti, najmä osoby, ktoré majú na starosť nákup

— Tvorcovia mienky (novinári, šéfkuchári, lekári a odborníci na výživu)

— Distribútori

— Poľnohospodársko-potravinársky priemysel.

4. **Hlavné odkazy**

Hlavné odkazy programov musia poskytnúť informácie o:

— výhodách vhodného používania slnečnicového oleja, vysokom obsahu vitamínu E v oleji získanom zo slnečnicových semienok v porovnaní s inými rastlinnými olejmi, skutočnosti, že slnečnicový olej je známy pre svoju ľahkú chuť a vhodnosť na vyprážanie,

— právnych predpisoch a normách, ktoré sa týkajú kvality slnečnicového oleja,

— zložení z mastných kyselín a nutričnej hodnote slnečnicového oleja,

— výsledkoch vedeckého výskumu a technického vývoja, pokiaľ ide o slnečnicový olej a iné rastlinné oleje.

Bez toho, aby bol dotknutý článok 4 ods. 3, informácie o nutričných vlastnostiach slnečnicového oleja musia byť podložené všeobecne uznávanými vedeckými údajmi a musia spĺňať požiadavky stanovené smernicou 2000/13/ES.

5. **Hlavné nástroje**

— Distribúcia informačných materiálov na miestach predaja (predajné a obchodné miesta)

— Reklama (alebo propagačné úvodníky) v tlači (všeobecnej, gastronomickej, ženskej tlači a v tlači o životnom štýle)

— Styk s verejnosťou (podujatia, účasť na potravinárskych veľtrhoch)

— Internet.

6. **Trvanie programov**

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov.

MLIEKO A MLIEČNE VÝROBKY

1. **Všeobecná analýza situácie**

K poklesu spotreby tekutého mlieka došlo najmä v hlavných spotrebiteľských krajinách hlavne v dôsledku konkurencie nealkoholických nápojov medzi mladými ľuďmi. Spotreba tekutého mlieka sa postupne nahrádza spotrebou rôznych náhradných tekutín. Naproti tomu došlo k celkovému nárastu spotreby mliečnych výrobkov vyjadrených v mliečnom ekvivalente.

2. **Ciele**

— Zvýšiť spotrebu tekutého mlieka na trhoch s potenciálom rastu a udržať úroveň spotreby na nasýtených trhoch

— Zvýšiť spotrebu mliečnych výrobkov vo všeobecnosti

— Stimulovať mladých, budúcich dospelých spotrebiteľov, aby konzumovali viac mlieka a mliečnych výrobkov.

3. **Cieľové skupiny**

Spotrebitelia vo všeobecnosti, a najmä:

— deti a mládež, predovšetkým dievčatá od 8 do 13 rokov,

— ženy rôzneho veku,

— staršie osoby.

4. **Hlavné odkazy**

— Mlieko a mliečne výrobky sú zdravé, prírodné, prispôsobené modernému spôsobu života a konzumujú sa s radosťou

— Mlieko a mliečne výrobky majú osobitnú nutričnú hodnotu, ktorá má blahodarné účinky zvlášť na niektoré vekové kategórie

— Obsah odkazov musí byť pozitívny a musí brať do úvahy špecifický charakter spotreby na rôznych trhoch

— Existuje široká škála mliečnych výrobkov prispôsobených rôznym spotrebiteľom a spotrebiteľským situáciám

— Existuje mlieko a mliečne výrobky s nízkym obsahom tukov, ktoré viac vyhovujú určitým spotrebiteľom

— Kontinuita hlavných odkazov musí byť zabezpečená počas celého programu s cieľom presvedčiť spotrebiteľov o výhodách, ktoré môžu mať z pravidelného konzumovania týchto výrobkov.

Bez toho, aby bol dotknutý článok 4 ods. 3, informácie o nutričných vlastnostiach mlieka a mliečnych výrobkov musia byť podložené všeobecne uznávanými vedeckými údajmi a musia spĺňať požiadavky stanovené smernicou 2000/13/ES.

5. **Hlavné nástroje**

— Elektronické médiá

— Telefónne informačné linky

— Vzťahy s médiami, reklama (odborná tlač, tlač pre ženy, časopisy a magazíny pre mladých atď.)

— Kontakt s lekármi a s odborníkmi na výživu

— Vzťahy s učiteľmi a školami

— Ostatné nástroje (letáky a brožúrky, detské hry atď.)

— Predvádzanie v miestach predaja

— Vizuálne médiá (kino, špecializované televízne kanály)

— Rozhlasové spoty

— Účasť na výstavách a veľtrhoch.

6. **Trvanie a rozsah programov**

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov, pričom sa uprednostňujú viacročné programy so stanovenými cieľmi pre každú etapu.

7. **Indikatívny ročný rozpočet pre sektor**

4 milióny EUR

ČERSTVÉ, CHLADENÉ ALEBO MRAZENÉ MÄSO, VYROBENÉ V SÚLADE S NÁRODNÝM PROGRAMOM KVALITY ALEBO PROGRAMOM KVALITY SPOLOČENSTVA

1. **Všeobecná analýza situácie**

Zdravotné problémy, ktoré sa dotkli veľkého množstva produktov živočíšneho pôvodu, vyzdvihli potrebu posilniť dôveru spotrebiteľov v mäsové výrobky pôvodom zo Spoločenstva.

Preto je potrebné, aby sa poskytovali objektívne informácie o systémoch kvality Spoločenstva a národných systémoch kvality a kontrolách požadovaných všeobecnými právnymi predpismi, ktoré sa týkajú kontroly a bezpečnosti potravín. Pravidlá a kontroly tvoria dodatočnú záruku tým, že ustanovujú špecifikácie pre výrobky a štruktúru dodatočných kontrol.

2. **Ciele**

— Informačné kampane sú obmedzené na výrobky vyrobené v rámci európskych systémov kvality (CHOP, CHZP, ZTŠ a ekologického poľnohospodárstva) a systémov kvality schválených členskými štátmi, ktoré vyhovujú kritériám uvedeným v článku 24b nariadenia (ES) č. 1257/1999. Bez toho, aby bol dotknutý článok 10 ods. 4 tohto nariadenia, nemôžu informačné kampane financované v zmysle tohto nariadenia využívať financovanie v zmysle nariadenia (ES) č. 1257/1999.

— Cieľom týchto kampaní je zaručiť objektívne a úplné informácie o právnych predpisoch Spoločenstva a vnútroštátnych právnych predpisoch týkajúcich sa systémov kvality pre bezpečnosť výrobkov z mäsa. Ich úlohou je informovať spotrebiteľov, tvorcov verejnej mienky a distributérov o charakteristikách produktov a o vykonaných kontrolách, ktoré obnášajú tieto systémy kvality.

3. **Cieľové skupiny**

— Spotrebitelia a združenia spotrebiteľov

— Osoby zodpovedné za nákup v domácnosti

— Inštitúcie (reštaurácie, nemocnice, školy atď.)

— Distribútori a združenia distribútorov

— Novinári a tvorcovia verejnej mienky.

4. **Hlavné odkazy**

— Systémy kvality zabezpečujú charakteristický spôsob výroby a kontroly, ktoré sú prísnejšie ako tie, ktoré vyžaduje legislatíva

— Akostné mäsové výrobky majú charakteristické vlastnosti alebo majú vyššiu kvalitu, ako je kvalita požadovaná na základe bežných obchodných noriem

— Systémy kvality Spoločenstva a národné systémy kvality sú transparentné a zabezpečujú dokonalú vysledovateľnosť produktov

— Označovanie mäsa umožňuje spotrebiteľovi identifikovať akostné výrobky, ich pôvod a ich charakteristiky.

5. **Hlavné nástroje**

— Internet

— Styk s verejnosťou prostredníctvom masmédií a reklama (vedecká a odborná tlač, tlač pre ženy, denníky, kulinárske časopisy)

— Styky so združeniami spotrebiteľov

— Audiovizuálne komunikačné prostriedky

— Tlačoviny (letáky, brožúry atď.)

— Poskytovanie informácií v miestach predaja.

6. **Trvanie a rozsah programov**

Programy musia pokrývať aspoň jeden štát alebo viacero členských štátov.

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov, pričom sa uprednostňujú viacročné programy so stanovenými cieľmi pre každú etapu.

7. **Indikatívny ročný rozpočet pre sektor**

4 milióny EUR

OZNAČOVANIE VAJEC URČENÝCH NA ĽUDSKÚ SPOTREBU

1. **Všeobecná analýza situácie**

V súlade s článkom 7 ods. 1 písm. a) nariadenia Rady (ES) č. 1907/90 ([1]) sa od 1. januára 2004 vytláča na škrupinu všetkých vajec určených na ľudskú spotrebu kód identifikujúci výrobcu a použitý systém chovu nosníc. Tento kód sa skladá z čísla označujúceho spôsob chovu (0 = ekologický, 1 = voľný výbeh, 2 = v hale, 3 = v klietke), ISO kódu členského štátu, v ktorom sa nachádza stredisko produkcie, a čísla priradeného príslušným úradom stredisku produkcie.

([1]) Ú. v. ES L 173, 6.7.1990, s. 5. Nariadenie naposledy zmenené a doplnené nariadením (ES) č. 2052/2003 (Ú. v. EÚ L 305, 22.11.2003, s. 1).

2. **Ciele**

— Informovať spotrebiteľov o nových normách týkajúcich sa označovania vajec a dostatočne vysvetliť, čo znamená kód vytlačený na vajciach

— Poskytnúť informácie o systémoch výroby vajec na základe kódu vytlačeného na vajciach

— Poskytnúť informácie o existujúcich systémoch vysledovateľnosti.

3. **Cieľové skupiny**

— Spotrebitelia a distribútori

— Tvorcovia mienky.

4. **Hlavné odkazy**

— Informovať o existencii nového kódu vytlačeného na vajciach podľa smernice Komisie 2002/4/ES ([1]), vysvetliť jeho význam a vysvetliť charakteristiky rôznych kategórií vajec, na ktoré sa kód vzťahuje.

— Odkazy nesmú zvýhodňovať jeden spôsob výroby pred iným a nesmú obsahovať žiadne informácie o nutričnej hodnote alebo o vplyve na zdravie spotrebiteľov vajec. Akákoľvek diskriminácia medzi vajcami pochádzajúcimi z rôznych členských štátov je zakázaná.

5. **Hlavné nástroje**

— Elektronické médiá (internetové stránky)

— Tlačoviny (brožúry, letáky atď.)

— Poskytovanie informácií v miestach predaja

— Reklama v tlači a v časopisoch o stravovaní, tlač určená ženám atď.

— Vzťahy s médiami.

6. **Trvanie programu**

Dvanásť až dvadsaťštyri mesiacov.

7. **Indikatívny ročný rozpočet pre sektor**

2 milióny EUR

MED A VČELÁRSKE PRODUKTY

1. **Všeobecná analýza situácie**

Sektor medu a akostných včelárskych produktov Spoločenstva, ktorý využíva iba veľmi malú podporu Spoločenstva, musí čeliť rastúcej celosvetovej konkurencii. Situácia je sťažená vysokými výrobnými nákladmi.

Od roku 2001 podlieha tento sektor smernici Rady 2001/110/ES ([2]), podľa ktorej musí označenie vyjadrovať vzťah medzi kvalitou a pôvodom. Programy, ktorým sa poskytuje podpora, sa musia zameriavať iba na medy a včelárske produkty Spoločenstva, ktoré poskytujú doplnkové údaje týkajúce sa regionálneho, územného a topografického pôvodu alebo majú označenie kvality schválené Spoločenstvom (CHOP, CHZO, ZTŠ alebo ekologické poľnohospodárstvo) alebo členským štátom.

([1]) Ú. v. ES L 30, 31.1.2002, s. 44.
([2]) Ú. v. ES L 10, 12.1.2002, s. 47.

2. **Ciele**

— Informovať spotrebiteľov o rôznorodosti, organoleptických vlastnostiach a podmienkach výroby včelárskych produktov Spoločenstva

— Informovať spotrebiteľov o kvalitách nefiltrovaného a nepasterizovaného medu Spoločenstva

— Pomôcť spotrebiteľom pochopiť označovanie medu zo Spoločenstva a podporovať výrobcov, aby zlepšovali zrozumiteľnosť označovaní

— Orientovať spotrebu medu na akostné produkty s dôrazom na ich vysledovateľnosť.

3. **Cieľové skupiny**

— Spotrebitelia, najmä osoby od 20 do 40 rokov

— Staršie osoby a deti

— Tvorcovia mienky.

4. **Hlavné odkazy**

— Informovať o právnych predpisoch Spoločenstva, ktoré sa týkajú bezpečnosti a hygieny počas výroby, certifikácie kvality a označovania

— Med je prírodný produkt založený na tradícii a na know-how, pričom ponúka viaceré možnosti použitia v modernej kuchyni

— Široká škála medu rôzneho zemepisného a botanického pôvodu a rôznych sezón

— Rady týkajúce sa používania a nutričnej hodnoty

— Je dôležité zabezpečiť opeľovanie, aby sa zachovala biodiverzita.

5. **Hlavné nástroje**

— Reklama vo všeobecnej a odbornej tlači (gastronomické časopisy a časopisy o životnom štýle)

— Internet, kino a iné audiovizuálne komunikačné prostriedky (televízia, rádio)

— Miesta predaja

— Účasť na veľtrhoch a výstavách

— Styk s verejnosťou zameraná na širokú verejnosť, organizovanie podujatí v reštauráciách a vo veľkých stravovacích zariadeniach

— Informovanie v školách (pokyny určené pre vyučujúci personál, študentov hotelových škôl).

6. **Trvanie a rozsah programov**

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov, pričom sa uprednostňujú viacročné programy, ktoré majú na každú etapu stanovenú stratégiu a náležite odôvodnené ciele.

7. **Indikatívny ročný rozpočet pre sektor**

1 milión EUR

AKOSTNÉ VÍNA PVUR, STOLOVÉ VÍNA SO ZEMEPISNÝM OZNAČENÍM

1. **Všeobecná analýza situácie**

Sektor je charakteristický bohatou produkciou, ktorá čelí stagnujúcej spotrebe, v prípade niektorých kategórií až klesajúcej spotrebe, ako aj rastúcej ponuke vín pôvodom z tretích krajín.

2. **Ciele**

— Zvýšiť spotrebu vín pôvodom zo Spoločenstva

— Informovať spotrebiteľov o rôznorodosti, kvalite a podmienkach výroby európskych vín, ako aj o výsledkoch vedeckých štúdií.

3. **Cieľové skupiny**

— Distribútori

— Spotrebitelia s výnimkou mladých ľudí a mládeže uvedenej v odporúčaní Rady 2001/458/ES ([1])

— Tvorcovia mienky: novinári, experti v oblasti gastronómie

— Hotelové školy.

4. **Hlavné odkazy**

— Právne predpisy Spoločenstva pozostávajú z prísnych pravidiel, pokiaľ ide o výrobu, označovanie týkajúce sa kvality, označovanie etiketami a uvádzanie na trh, pričom zaručujú spotrebiteľom kvalitu a vysledovateľnosť ponúkaného produktu

— Radosť zo širokého výberu európskych vín rozličného pôvodu

— Informovať o vinárstve Spoločenstva a jeho prepojení s regionálnymi a miestnymi podmienkami, kultúrami a chuťami.

5. **Hlavné nástroje**

— Informačné činnosti a styk s verejnosťou

— Školenia pre distribútorov a reštaurácie

— Vzťahy s odbornou tlačou

— Iné nástroje (internet, letáky a brožúry) zamerané na usmerňovanie spotrebiteľov pri výbere a rozvíjanie príležitostí na spotrebu (rodinné udalosti, sviatky atď.)

— Výstavy a veľtrhy: stánky predstavujúce výrobky viacerých členských štátov.

6. **Trvanie programov**

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov, pričom sa uprednostňujú viacročné programy so stanovenými cieľmi pre každú etapu.

7. **Indikatívny ročný rozpočet pre sektor**

3 milióny EUR

([1]) Ú. v. ES L 161, 16.6.2001, s. 38.

PRODUKTY S CHRÁNENÝM OZNAČENÍM PÔVODU (CHOP), S CHRÁNENÝM ZEMEPISNÝM OZNAČENÍM (CHZO) ALEBO ZARUČENÉ TRADIČNÉ ŠPECIALITY (ZTŠ)

1. **Prehľad situácie**

Systém Spoločenstva zameraný na ochranu názvov produktov v zmysle nariadení (ES) č. 2081/92 a (ES) č. 2082/92 je prioritou v rámci zavádzania programu „kvality“ Spoločnej poľnohospodárskej politiky. Preto je potrebné, aby sa vyvíjalo úsilie s cieľom oboznamovať všetkých potenciálnych aktérov reťazca výroby, prípravy, uvádzania na trh a spotreby týchto produktov o chránených označeniach a produktoch s chráneným názvom.

2. **Ciele**

Informačné a propagačné kampane sa nesmú obmedziť iba na jeden názov produktu alebo na malý počet názvov produktov, ale sa musia skôr zameriavať na skupiny názvov alebo na niektoré kategórie produktov, alebo na produkty vyrábané v jednom alebo viacerých regiónoch jedného alebo viacerých členských štátov.

Kampane sa musia zameriavať na:

— poskytovanie vyčerpávajúcich informácií o obsahu, fungovaní a povahe systémov Spoločenstva, a najmä o ich vplyve na obchodnú hodnotu produktov s chráneným názvom, ktoré využívajú ochranu týchto systémov od momentu ich zaregistrovania,

— zvyšovať známosť loga Spoločenstva pre výrobky s CHOP/CHZO a pre ZTŠ medzi spotrebiteľmi, distributérmi a profesionálmi v potravinárskom odvetví,

— stimulovať skupiny výrobcov a spracovávateľov príslušných regiónov, ktorí sa ešte nezúčastňujú na týchto systémoch, aby zaregistrovali názov produktov, ktoré spĺňajú hlavné podmienky na zaregistrovanie,

— stimulovať skupiny výrobcov a spracovávateľov, ktorí sa ešte nezúčastňujú na týchto systémoch, aby prispeli k vytváraniu výrobkov s registrovaným názvom splnením schválených zadávacích podmienok, ako aj požiadaviek, ktoré sa týkajú kontrol určených pre rôzne chránené názvy,

— stimulovať dopyt po príslušných produktoch informovaním spotrebiteľov a distributérov o existencii, význame a výhodách týchto systémov a poskytnutím vysvetlení o logu, podmienkach udelenia označení, kontrolách, ako aj o systéme vysledovateľnosti.

3. **Cieľové skupiny**

— Výrobcovia a spracovávatelia

— Distribútori (supermarkety, veľkoobchod, maloobchod, spracovávatelia, jedálne a reštaurácie)

— Spotrebitelia a ich združenia

— Tvorcovia mienky.

4. **Hlavné odkazy**

— Produkty s chráneným názvom majú vlastné charakteristiky, ktoré súvisia s ich zemepisným pôvodom. Pokiaľ ide o produkty s CHOP, kvalita alebo charakteristiky takéhoto produktu musia byť spojené najmä alebo výlučne s osobitným zemepisným prostredím (so súvisiacimi prírodnými a ľudskými faktormi). Pokiaľ ide o CHZO, týka sa produktov, ktorých kvalita alebo osobitná povesť súvisí so zemepisným pôvodom. Zemepisná súvislosť sa musí vytvoriť minimálne počas jednej z etáp výroby, spracovania alebo prípravy.

— Produkty, ktoré sú označené ako ZTŠ, sú charakteristické osobitnou tradičnou výrobnou metódou alebo použitím tradičných prvotných surovín.

— Logá Spoločenstva používané pre CHOP, CHZP a ZTŠ sú symboly používané v celom Spoločenstve, ktoré označujú produkty zodpovedajúce osobitným výrobným podmienkam, ktoré sú spojené s ich zemepisným pôvodom alebo tradíciou a ktoré podliehajú kontrolám.

— Iné kvalitatívne aspekty (bezpečnosť, nutričná hodnota, chuť, vysledovateľnosť príslušných produktov).

— Predstaviť niekoľko produktov s CHOP, CHZO alebo ZTŠ, ktoré sú príkladmi toho, že produkty so zaregistrovaným názvom v rámci ochranného systému, môžu obchodne napredovať.

— Tieto ochranné systémy podporujú kultúrne dedičstvo Spoločenstva, rôznorodosť poľnohospodárskej výroby, ako aj zachovávanie prírodného prostredia.

5. **Hlavné nástroje**

— Elektronické nástroje (internetové stránky)

— Styk s verejnosťou prostredníctvom masmédií a reklamy (odborná tlač, tlač určená pre ženy, kulinárska tlač)

— Styk so združeniami spotrebiteľov

— Poskytovanie informácií a predvádzanie na miestach predaja

— Audiovizuálne komunikačné prostriedky (krátke cielené televízne reklamy atď.)

— Tlačoviny (letáky, brožúry atď.)

— Účasť na veľtrhoch a výstavách

— Informovanie a vzdelávacie činnosti alebo semináre týkajúce sa fungovania systému CHOP, CHZO a ZTŠ Spoločenstva.

6. **Trvanie programov**

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov, pričom prioritu budú mať viacročné programy s jasne definovanými cieľmi a stratégiou pre každú etapu.

7. **Indikatívny ročný rozpočet pre sektor**

3 milióny EUR

INFORMÁCIE O GRAFICKÝCH SYMBOLOCH NAJVZDIALENEJŠÍCH REGIÓNOV

1. **Všeobecná analýza situácie**

Tieto usmernenia sa týkajú najvzdialenejších regiónov v zmysle článku 299 ods. 2 zmluvy. Externé hodnotiace štúdie vykázali, že informačná kampaň Spoločenstva o grafickom symbole (logu) najvzdialenejších regiónov, uskutočnená v rokoch 1998/1999, vyvolala skutočný záujem rôznych subjektov v odvetví.

Niektoré skupiny výrobcov a spracovávateľov žiadali o osvedčenie akosti svojich výrobkov s cieľom používať toto logo.

Vzhľadom na obmedzené trvanie tejto prvej kampane je potrebné posilniť známosť loga v rôznych cieľových skupinách vykonávaním informačných činností zameraných na vysvetľovanie významu a výhod tohto loga.

2. **Ciele**

— Oboznamovať s existenciou, významom a výhodami loga

— Stimulovať výrobcov a spracovávateľov príslušných regiónov, aby používali logo

— Zvyšovať povedomie o logu medzi distribútormi a spotrebiteľmi.

3. **Cieľové skupiny**

— Miestni výrobcovia a spracovávatelia

— Distribútori a spotrebitelia

— Tvorcovia mienky.

4. **Hlavné odkazy**

— Typický a prírodný produkt

— Produkt pôvodom z regiónu Spoločenstva

— Kvalita (bezpečnosť, nutričná hodnota a chuť, výrobné postupy, ochrana životného prostredia, prepojenie s pôvodom výrobku)

— Exotika

— Rôznorodosť ponuky aj mimo sezóny

— Vysledovateľnosť.

5. **Hlavné nástroje**

— Elektronické médiá (internetové stránky)

— Telefónne informačné linky

— Styk s verejnosťou prostredníctvom masmédií a reklama (odborná tlač, tlač určená pre ženy, kulinárska tlač)

— Predvádzanie v miestach predaja, na výstavách a veľtrhoch atď.

— Styk s lekármi a s odborníkmi na výživu

— Tlačoviny (letáky, brožúry atď.)

— Audiovizuálne komunikačné prostriedky

— Reklama v odbornej a miestnej tlači.

6. **Trvanie programov**

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov.

7. **Indikatívny ročný rozpočet pre sektor**

1 milión EUR

PRODUKTY EKOLOGICKÉHO POĽNOHOSPODÁRSTVA

1. **Prehľad situácie**

Produkty ekologického poľnohospodárstva dosahujú veľký úspech najmä u mestského obyvateľstva, ale ich podiel na trhu je ešte dosť obmedzený.

Spotrebitelia a iné zainteresované skupiny majú lepšie znalosti o spôsoboch ekologickej výroby, avšak ich znalosti týkajúce sa tejto oblasti sú ešte stále nedostatočné.

V rámci Európskeho akčného plánu zameraného na ekologické potraviny a ekologické poľnohospodárstvo [1] sa informačné a propagačné činnosti považujú za kľúčové v ďalšom vývoji dopytu po produktoch ekologického poľnohospodárstva.

2. **Ciele**

Je dôležité, aby sa informačné a propagačné činnosti nesústredili iba na jeden alebo niekoľko konkrétnych produktov, ale aby sa, naopak, sústredili aj na skupiny produktov alebo spôsob ekologickej výroby uplatňovanej v jednom alebo vo viacerých regiónoch jedného alebo viacerých členských štátov.

Kampane sa musia zameriavať na:

— podporovanie spotreby produktov ekologického poľnohospodárstva,

— zvyšovanie povedomia spotrebiteľov o označovaní vrátane loga Spoločenstva používaného pre produkty ekologického poľnohospodárstva,

[1] KOM(2004) 415 v konečnom znení.

— poskytovanie dostatočných informácií a upozorňovanie verejnosti na výhody ekologického poľnohospodárstva, najmä čo sa týka ochrany životného prostredia, dobrých životných podmienok zvierat, zachovávania prírodného prostredia a rozvoja poľnohospodárskych regiónov,

— poskytovanie vyčerpávajúcich informácií o obsahu a fungovaní systému Spoločenstva, ktorý sa týka ekologického spôsobu výroby,

— podporovanie samostatných výrobcov a spracovávateľov, ako aj skupín výrobcov a spracovávateľov alebo maloobchodníkov, ktorí nevyužívajú ekologické poľnohospodárstvo, aby prešli na tento spôsob výroby, stimulovanie maloobchodníkov, skupiny maloobchodníkov a reštaurácie, aby predávali produkty ekologického poľnohospodárstva.

3. **Cieľové skupiny**

— Spotrebitelia vo všeobecnosti, ako aj združenia spotrebiteľov a podskupiny osobitných spotrebiteľov

— Tvorcovia mienky

— Distribútori (supermarkety veľkoobchodníci, špecializovaní maloobchodníci, spracovávatelia, jedálne, reštaurácie)

— Vyučujúci a školy.

4. **Hlavné odkazy**

— Produkty ekologického poľnohospodárstva sú prírodné produkty prispôsobené modernému spôsobu života a sú príjemné na konzumáciu. Spôsob ich výroby osobitne zohľadňuje životné prostredie a životné podmienky zvierat. Ekologické poľnohospodárstvo prispieva k zabezpečovaniu rôznorodosti poľnohospodárskej výroby a k zachovávaniu prirodzeného prostredia.

— Produkty podliehajú výrobným pravidlám a prísnym kontrolám vrátane dokonalej vysledovateľnosti s cieľom zabezpečiť ich pôvod z prevádzok podliehajúcich systému kontroly.

— Použitie prívlastkov „biologický“ a „ekologický“, ako aj ich ekvivalentov v iných jazykoch na označenie potravín je chránené zákonom.

— Logo Spoločenstva, symbol používaný pre ekologické produkty, sa používa v celom Spoločenstve a označuje, že produkty spĺňajú prísne výrobné kritériá Spoločenstva a že boli prísne skontrolované. Informácia o logu Spoločenstva sa môže poskytnúť s informáciou o logách zavedených v členských štátoch.

— Ostatné kvalitatívne aspekty (bezpečnosť, nutričná hodnota, chuť) príslušných produktov sa musia objasniť.

5. **Hlavné nástroje**

— Elektronické médiá (internetové stránky)

— Telefónne informačné linky

— Styk s verejnosťou prostredníctvom médií (odborná tlač, tlač určená ženám, kulinárska tlač, tlač potravinárskeho priemyslu)

— Styk so združeniami spotrebiteľov

— Poskytovanie informácií v miestach predaja

— Činnosti v školách

— Audiovizuálne komunikačné prostriedky (najmä cielené krátke televízne reklamy)

— Tlačoviny (letáky, brožúry atď.)

— Účasť na veľtrhoch a výstavách

— Informovanosť a školiace činnosti alebo semináre týkajúce sa fungovania systému uplatniteľného na ekologické produkty a ekologickú výrobu.

6. **Trvanie programov**

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov. Prednosť budú mať viacročné programy, ktorých ciele a stratégia každej fázy sú jasne definované.

7. **Indikatívny ročný rozpočet pre sektor**

3 milióny EUR