Detta dokument är endast avsett som dokumentationshjälpmedel och institutionerna ansvarar inte för innehållet

►**B**

KOMMISSIONENS FÖRORDNING (EG) nr 94/2002

av den 18 januari 2002

om tillämpningsföreskrifter för rådets förordning (EG) nr 2826/2000 om informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter på den inre marknaden

(EGT L 17, 19.1.2002, s. 20)

Ändrad genom:

		Officiella tidningen		
		nr	sida	datum
►**M1**	Kommissionens förordning (EG) nr 305/2002 av den 18 februari 2002	L 47	12	19.2.2002
►**M2**	Kommissionens förordning (EG) nr 434/2002 av den 8 mars 2002	L 67	6	9.3.2002

▼B

KOMMISSIONENS FÖRORDNING (EG) nr 94/2002

av den 18 januari 2002

om tillämpningsföreskrifter för rådets förordning (EG) nr 2826/2000 om informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter på den inre marknaden

EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION HAR ANTAGIT DENNA FÖRORDNING

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen,

med beaktande av rådets förordning (EG) nr 2826/2000 av den 19 december 2000 om informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter på den inre marknaden [1], särskilt artiklarna 12 och 16 i denna, och

av följande skäl:

(1) Det bör fastställas tillämpningsföreskrifter för informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder på den inre marknaden för jordbruksprodukter, och som ett komplement, för livsmedelsprodukter.

(2) För att säkerställa en god förvaltning bör det fastställas hur ofta en förteckning över produkter och marknader som kan bli föremål för nedan angivna åtgärder bör sammanställas.

(3) För att undvika snedvridning av konkurrensen bör det fastställas riktlinjer för hur det i informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder får hänvisas till produkters särskilda ursprung.

(4) Det bör fastställas ett förfarande för presentation av program och för val av verkställande organ så att konkurrensen blir så stor som möjligt och den fria rörligheten för tjänster kan säkras.

(5) För att säkerställa att gemenskapens regler följs och att åtgärderna är effektiva bör kriterier fastställas för hur medlemsstaterna skall välja ut program och för hur kommissionen skall granska dessa, särskilt med beaktande av rådets direktiv 92/50/EEG av den 18 juni 1992 om samordning av förfarandena vid offentlig upphandling av tjänster [2], senast ändrat genom kommissionens direktiv 2001/78/EG [3].

(6) Efter granskningen av programmen skall kommissionen i samarbete med medlemsstaterna informera förvaltningskommittén om vilka program som godkänts och om budgetarna för dessa.

(7) Det bör fastställas allmänna riktlinjer för dessa kampanjer så att det kan fastställas vilka program som bör genomföras. Syftet med kampanjerna skall vara att informera i enlighet med artikel 3 i förordning (EG) nr 2826/2000. Inledningsvis skall riktlinjer fastställas för vissa viktiga sektorer utan att detta hindrar att andra sektorer eller teman inbegrips i ett senare skede. Det kommer att införas riktlinjer för sektorn för levande växter och blomsterprodukter.

(8) Av samma skäl bör det fastställas prioriteringskriterier för urvalet av program för att säkra att gemenskapens åtgärder blir så effektiva som möjligt.

(9) I fråga om program som berör flera medlemsstater bör åtgärder vidtas för att samordna presentationen och granskningen av programmen.

(10) Det är nödvändigt att fastställa vilka konsekvenserna skall bli, vilket eventuellt kan innebära att gemenskapens medfinansiering minskas, om en organisation utesluts på grund av att en

---

[1] EGT L 328, 21.12.2000, s. 2.
[2] EGT L 209, 24.7.1992, s. 1.
[3] EGT L 285, 29.10.2001, s. 1.

▼B

medlemsstat inte deltar i finansieringen och artikel 9.3 i förordning (EG) nr 2826/2000 inte är tillämplig.

(11) Det bör fastställas vilka kontroller som medlemsstaterna skall genomföra när det gäller program som förvaltas direkt av dem.

(12) För att säkerställa en god förvaltning bör det fastställas regler för gemenskapens del av finansieringen. Det bör särskilt preciseras att gemenskapens totala finansiering när det gäller fleråriga program inte kan överstiga 50 % av totalkostnaden.

(13) Villkoren för genomförandet av åtagandena bör fastställas i avtal som inom en rimlig tidsfrist ingås mellan de berörda parterna och de behöriga nationella organen på grundval av standardavtal som tillhandahålls av kommissionen.

(14) För att garantera att avtalet genomförs på ett riktigt sätt bör den avtalsslutande parten ställa en säkerhet motsvarande 15 % av gemenskapens bidrag till förmån för det behöriga organet. Av samma skäl bör en säkerhet ställas när förskottsbetalning begärs.

(15) Det bör fastställas ett primärt krav i enlighet med artikel 20 i kommissionens förordning (EEG) nr 2220/85 ([1]), senast ändrad genom förordning (EG) nr 1932/1999 ([2]).

(16) Av skäl knutna till budgetförvaltningen är det nödvändigt att föreskriva påföljder om ansökningar om mellanliggande utbetalningar inte lämnas in, om tidsfristen för dessa inte iakttas eller om det uppstår förseningar i medlemsstaternas betalningar.

(17) Det finns risk för att de föreskrivna utbetalningarna får till följd att gemenskapens finansiella bidragsandel uttöms så att inga ytterligare utbetalningar kan göras. För att undvika denna risk, och säkra god ekonomisk förvaltning är det lämpligt att föreskriva att förskottet och de olika mellanliggande utbetalningarna inte får överskrida 80 % av gemenskapens och medlemsstatens bidrag. Av samma skäl bör begäran om slutbetalning inkomma till det behöriga organet inom en fastställd tidsfrist.

(18) Det är nödvändigt att medlemsstaterna kontrollerar genomförandet av åtgärderna och att kommissionen hålls underrättad om utfallet av de åtgärder som föreskrivs i denna förordning. För att garantera god förvaltning är det lämpligt att föreskriva samarbete mellan medlemsstater, när åtgärderna genomförs i en annan medlemsstat än den där det behöriga avtalsslutande organet har sitt säte.

(19) I och med att förordning (EG) nr 2826/2000 antogs, harmoniserades och samlades bestämmelserna om informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter på den inre marknaden i en enda rättsakt. Det är därför nödvändigt att harmonisera och förenkla tillämpningsbestämmelserna i förhållande till den befintliga lagstiftningen för sektorn. De bestämmelser och förordningar om säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter som nu är tillämpliga inom sektorn bör upphöra att gälla.

(20) De åtgärder som föreskrivs i denna förordning är förenliga med yttrandet från det gemensamma mötet mellan förvaltningskommittéerna för främjande av jordbruksprodukter.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

Med program enligt artiklarna 6.1 och 7.1 i förordning (EG) nr 2826/2000 avses ett samlat antal åtgärder med tillräcklig omfattning för att sprida information om de berörda produkterna och öka försäljningen av dem.

([1]) EGT L 205, 3.8.1985, s. 5.
([2]) EGT L 240, 10.9.1999, s. 11.

▼B

Artikel 2

1. Säljfrämjande budskap och informationsbudskap som riktar sig till konsumenterna och andra målgrupper skall uppfylla de kriterier som anges i artikel 3 i förordning (EG) nr 2826/2000 och skall grunda sig på den aktuella produktens inneboende kvaliteter eller egenskaper.

2. Hänvisningar till produkternas ursprung skall vara underställda kampanjens huvudbudskap. En produkts ursprungsangivelse får dock förekomma inom ramen för åtgärden i de fall det handlar om en beteckning som angivits i enlighet med gemenskapslagstiftningen, eller som en del av de typprodukter som krävs för att illustrera informationskampanjen eller de säljfrämjande åtgärderna.

Artikel 3

Förteckningen över teman och produkter enligt artikel 4 i förordning (EG) nr 2826/2000 skall upprättas vartannat år senast den 31 mars. Den första förteckningen återfinns i bilaga I till denna förordning.

De nationella myndigheter som är behöriga för tillämpningen av denna förordning anges i bilaga II.

Artikel 4

De program som avses i artikel 1 skall genomföras under minst ett och högst tre år, från och med det datum då avtalet som rör programmet träder i kraft.

Artikel 5

1. ►M2 För genomförande av åtgärder inom de program som avses i artikel 6 i förordning (EG) nr 2826/2000 skall den berörda medlemsstaten efter en inbjudan att lämna förslag före den 15 juni och den första gången före den 31 mars ta emot program från branschorganisationer och branschövergripande organ i gemenskapen som är representativa för den eller de sektorer som avses. ◄ Programmen skall följa de riktlinjer som avses i artikel 5 i förordning (EG) nr 2826/2000 och kravspecifikationens kriterier för uteslutning, urval och tilldelning som skickas ut av de berörda medlemsstaterna.

Riktlinjer fastställs för första gången i bilaga III till den här förordningen.

2. Medlemsstaterna skall, för de marknader som berör dem, vidta de åtgärder som krävs för att se till att de myndigheter som tilldelar anbuden ser till att bestämmelserna i direktiv 92/50/EEG följs.

3. Om det planeras ett program med informationsåtgärder eller säljfrämjande åtgärder som berör flera medlemsstater, skall medlemsstaterna samordna sina olika kravspecifikationer och inbjudningar att lämna förslag så att dessa blir förenliga.

4. Efter inbjudan att lämna förslag skall den organisation eller de organisationer som avses i punkt 1 sammanställa program för information och säljfrämjande åtgärder i samarbete med ett verkställande organ som har valts ut genom konkurrensutsättning med lämpliga medel och under medlemsstatens överinseende.

5. När det gäller program som berör flera medlemsstater skall medlemsstaterna samråda om programurvalet och förbinda sig att bidra till finansieringen i enlighet med artikel 9.2.

Artikel 6

Om artikel 9.3 i förordning (EG) nr 2826/2000 inte tillämpas på grund av att en medlemsstat inte deltar i finansieringen skall branschorganisationen eller det branschövergripande organet från denna medlemsstat uteslutas ur programmet.

▼B

Artikel 7

1. Medlemsstaterna skall varje år, senast den 31 augusti och första gången den 15 maj, översända en preliminär förteckning till kommissionen över program och verkställande organ som har valts ut samt kopior av programmen. I de fall då ett program berör flera medlemsstater skall de berörda medlemsstaterna samråda om de uppgifter som skall översändas.

2. Om kommissionen konstaterar att ett program är oförenligt med gemenskapslagstiftningen eller riktlinjerna i bilaga III, skall kommissionen inom 60 kalenderdagar från det att kommissionen mottog den preliminära förteckningen underrätta den eller de berörda medlemsstaterna om att hela eller delar av programmet i fråga inte är stödberättigande.

3. Efter kontroll av programmen skall kommissionen senast den 15 november, och första gången den 31 juli, underrätta de gemensamma förvaltningskommittéerna enligt artikel 13 i förordning (EG) nr 2826/2000 om vilka program som godkänts och om budgeten för dessa.

4. Den branschorganisation eller det branschövergripande organ som lämnar förslag skall ansvara för att programmet genomförs korrekt.

Artikel 8

Vid tillämpning av artikel 7 i förordning (EG) nr 2826/2000 skall den preliminära förteckningen över program översändas till kommissionen senast den 30 september och första gången den 15 juni. De gemensamma förvaltningskommittéerna skall lämna sin information senast den 15 december och första gången den 15 september.

Artikel 9

1. Gemenskapens stöd till de åtgärder som avses i artikel 9.1 b i förordning (EG) nr 2826/2000 skall vara följande:

a) 50 % av de faktiska kostnaderna för åtgärderna när det gäller ettåriga program.

b) 60 % av de faktiska kostnaderna för åtgärderna under det första året och 40 % under det andra året när det gäller tvååriga program, varvid gemenskapens sammanlagda bidrag emellertid inte får överstiga 50 % av de totala kostnaderna.

c) 60 % av de faktiska kostnaderna för åtgärderna under det första året, 50 % för det andra året och 40 % för det tredje året när det gäller treåriga program, varvid gemenskapens sammanlagda bidrag emellertid inte får överstiga 50 % av de totala kostnaderna.

Stödet skall betalas ut till de medlemsstater som avses i artikel 10.2 i förordning (EG) nr 2826/2000.

2. Medlemsstaternas finansiering av de åtgärder som avses i artikel 9.2 i förordning (EG) nr 2826/2000 skall motsvara 20 % av de faktiska kostnaderna. I de fall flera medlemsstater deltar i finansieringen skall varje medlemsstats andel stå i proportion till den andel av finansieringen som kommer från den organisation i medlemsstaten som föreslår programmet.

Artikel 10

1. Medlemsstaterna skall så snart de upprättat den slutgiltiga förteckning över godkända program som avses i artikel 6.3 tredje stycket i förordning (EG) nr 2826/2000 underrätta samtliga berörda organisationer om utfallet av deras ansökningar. Därefter skall medlemsstaterna inom 30 kalenderdagar ingå avtal med de organisationer vars förslag godkänts. Efter dessa 30 dagar får inget avtal ingås om det inte har godkänts i förväg av kommissionen.

2. Medlemsstaterna skall använda de standardavtal som kommissionen tillhandahåller.

▼B

3. Avtalet får inte ingås av de båda parterna förrän det har ställts en uppfyllelsesäkerhet som motsvarar 15 % av gemenskapens och de berörda medlemsstaternas maximala finansiella bidrag per år. Säkerheten skall ställas i enlighet med de villkor som anges i avdelning III i kommissionens förordning (EEG) nr 2220/85.

Om avtalsparten är ett offentligrättsligt organ eller agerar under tillsyn av ett sådant kan en skriftlig säkerhet, motsvarande den procentsats som anges i första stycket, från organets tillsynsmyndighet godtas, under förutsättning att denna myndighet åtar sig att

— tillse att åtagandena genomförs på ett korrekt sätt,

— och att kontrollera att de utbetalda beloppen verkligen används för genomförandet av åtagandena.

Bevis på att säkerhet ställts skall vara medlemsstaten tillhanda innan den tidsfrist som anges i första stycket löper ut.

Frisläppande av säkerheten skall ske inom den tidsfrist och på de villkor för betalning av det resterande beloppet som avses i artikel 12 i den här förordningen.

4. Det primära kravet enligt artikel 20 i kommissionens förordning (EEG) nr 2220/85 är att de avtalade åtgärderna genomförs.

5. Medlemsstaten skall omedelbart överlämna en kopia av avtalet och bevis på att säkerhet ställts till kommissionen. Medlemsstaten skall också översända en kopia på det avtal som slutits mellan den utvalda organisationen och den verkställande organisationen.

I det avtalet skall anges att det åligger det verkställande organet att genomgå de kontroller som avses i artikel 13.

Artikel 11

1. Inom 30 kalenderdagar från den dag då avtalet undertecknas kan avtalsparten lämna in en ansökan om förskott hos medlemsstaten, åtföljd av den säkerhet som avses i punkt 3. Efter det att tidsfristen löpt ut får förskott inte längre begäras.

Förskottet får täcka högst 30 % av gemenskapens och den eller de berörda medlemsstaternas årliga bidrag.

2. Medlemsstaten skall betala ut förskottet inom 30 kalenderdagar från den dag då ansökan om förskott lämnades in. Om det skulle uppstå försening skall artikel 4 i förordning (EG) nr 296/96 ([1]) tillämpas.

3. Förskottet skall utbetalas under förutsättning att avtalsparten ställer en säkerhet på 110 % av det förskotterade beloppet till medlemsstaten i enlighet med villkoren i avdelning III i förordning (EEG) nr 2220/85.

Om avtalsparten är ett offentligrättsligt organ eller agerar under tillsyn av ett sådant organ kan en skriftlig säkerhet, motsvarande den procentsats som anges i föregående stycke, från organets tillsynsmyndighet godtas, under förutsättning att denna myndighet åtar sig att betala säkerhetsbeloppet om rätten till förskott inte har fastställts.

Artikel 12

1. Ansökningar om mellanliggande betalningar av gemenskapens eller medlemsstaternas bidrag skall lämnas in före utgången av den kalendermånad som följer på varje period om tre månader från den dag då avtalet undertecknas. Dessa ansökningar skall gälla utgifter under den aktuella tremånadersperioden och skall åtföljas av en ekonomisk sammanställning och utgiftsverifikationer samt en interimsrapport om genomförandet av avtalet. Om det inte har förekommit några utgifter under den aktuella tremånadersperioden skall detta meddelas inom samma tidsfrist som gäller för ansökningarna om mellanliggande betalningar.

([1]) EGT L 39, 17.2.1996, s. 5.

▼B

Utom vid force majeure skall varje försenad ansökan om mellanliggande betalning åtföljd av dokumentation innebära att betalningsbeloppet minskas med 3 % per varje hel månads försening.

Dessa utbetalningar och det förskott som avses i artikel 11.1 får totalt inte överstiga 80 % av gemenskapens eller medlemsstaternas årliga sammanlagda finansiella bidrag. När denna gräns är uppnådd får inga ansökningar om mellanliggande utbetalning inlämnas.

2. Ansökan om slutbetalning skall lämnas in senast fyra månader efter den dag då de årliga åtgärder som föreskrivs i avtalet avslutas.

För att betraktas som inlämnad skall den åtföljas av

a) en ekonomisk sammanställning över planerade och verkställda utgifter och samtliga lämpliga bestyrkande handlingar i fråga om tillhörande utgifter,

b) en sammanfattning av de åtgärder som genomförts (verksamhetsrapport),

c) en intern utvärderingsrapport, sammanställd av avtalsparten, om de resultat som uppnåtts och som är påvisbara på rapporteringsdagen, och en redogörelse för hur dessa kan utnyttjas.

Utom vid force majeure skall försenad ansökan om slutbetalning medföra en minskning av slutbetalningsbeloppet med 3 % per månads försening.

3. Innan slutbetalning sker skall de handlingar som avses i punkt 2 ha kontrollerats.

Slutbeloppet skall minskas i förhållande till i vilken grad det primära kravet i artikel 10.4 åsidosatts.

4. Den säkerhet som avses i artikel 11.3 skall frisläppas om den slutliga rätten till det belopp som utbetalats i förskott har fastställts.

5. Medlemsstaten skall verkställa de utbetalningar som föreskrivs i punkterna 1–4 inom 60 kalenderdagar från den dag då ansökan mottogs. Under sextiodagarsperioden kan denna tidsfrist efter det att betalningsansökan registrerats dock när som helst upphävas genom en anmälan till den berörda avtalsparten om att ansökan inte är godtagbar, antingen därför att fordran inte kan godtas eller utkrävas eller därför att den inte är bestyrkt med de bevishandlingar som krävs för alla kompletterande ansökningar, eller därför att medlemsstaten anser att det krävs ytterligare upplysningar eller önskar göra kontroller. Tidsfristen fortsätter att löpa från och med dagen för mottagandet av de begärda upplysningarna, vilka skall lämnas inom 30 kalenderdagar. Utom vid force majeure skall en försening av ovannämnda betalningar medföra minskning av återbetalningen till medlemsstaten, i enlighet med bestämmelserna i artikel 4 i förordning (EEG) nr 296/96.

6. Säkerheten som avses i artikel 10.3 bör gälla till dess att slutbetalningen gjorts och skall frisläppas genom ett intyg om återställande av säkerhet, utfärdat av behörig myndighet.

7. Inom 30 dagar efter det att de inkommit skall medlemsstaten vidarebefordra följande handlingar till kommissionen:

— Kvartalsrapporterna om genomförandet av avtalet.

— Sammanfattningar av de åtgärder som genomförts enligt artikel 12.2 a och b.

— Den interna utvärderingsrapporten.

8. Efter det att slutbetalningen har gjorts skall medlemsstaten till kommissionen översända en redovisning av de utgifter som förekommit inom avtalets ram.

Dessutom skall detta organ intyga att samtliga utgifter vid kontroll har visat sig vara stödberättigande enligt avtalsbestämmelserna.

9. De förverkade säkerhetsbeloppen och uttagna straffbeloppen skall, för den del som motsvarar gemenskapens bidrag, dras av från de utgifter som anmäls till garantisektionen vid EUGFJ.

▼B

Artikel 13

1. Medlemsstaten skall vidta de åtgärder som är nödvändiga för att kontrollera följande punkter, bl.a. genom tekniska, administrativa eller bokföringsmässiga kontroller hos avtalsparten och det verkställande organet:

a) Att de uppgifter och bevishandlingar som lämnats är korrekta.

b) Att samtliga åtaganden enligt avtalet har fullgjorts.

Utan att det påverkar tillämpningen av bestämmelserna i rådets förordning (EEG) nr 595/91 [1] skall medlemsstaten snarast möjligt informera kommissionen om alla oriktigheter som konstaterats under kontrollerna.

2. Den berörda medlemsstaten skall fastställa de lämpligaste sätten att utföra kontrollen av de åtgärder som avses i denna förordning och underrätta kommissionen om detta.

3. När det gäller program som omfattar flera medlemsstater, skall medlemsstaterna samordna sin kontrollverksamhet samt underrätta kommissionen om detta.

4. Kommissionen får när som helst delta i de kontroller som avses i punkterna 2 och 3. De behöriga organen i medlemsstaten skall i god tid informera kommissionen om de granskningar och kontroller som planeras.

Kommissionen får också utföra de tilläggskontroller som den anser nödvändiga.

Artikel 14

1. Vid felaktig utbetalning skall mottagaren återbetala de berörda beloppen samt ränta beräknad för tiden mellan tidpunkten för utbetalning och tidpunkten för återbetalning.

Räntesatsen skall vara den räntesats som tillämpas av Europeiska centralbanken för dess transaktioner i euro, vilken offentliggjorts i *Europeiska gemenskapernas officiella tidning*, C-serien, och vilken gällde den dag den felaktiga utbetalningen gjordes, ökad med tre procentenheter.

2. De återbetalda beloppen samt räntan skall betalas in till de utbetalande organen som skall dra av dessa från de utgifter som finansieras av Europeiska utvecklings- och garantifonden för jordbruket i proportion till gemenskapens finansiella bidrag.

Artikel 15

Bestämmelserna i artiklarna 10–14 skall även tillämpas på program som föreslås i enlighet med artikel 7 förordning (EG) nr 2826/2000.

I sådana fall skall avtalen ingås mellan de berörda medlemsstaterna och de godkända verkställande organen.

Artikel 16

1. Följande bestämmelser skall utgå:

a) Artiklarna 13–17 i kommissionens förordning (EEG) nr 2159/89 av den 18 juli 1989 om tillämpningsföreskrifter för de särskilda åtgärder för nötter och johannesbröd som föreskrivs i avdelning 2a i förordning (EEG) nr 1035/72 [2].

b) Artikel 6 i kommissionens förordning (EG) nr 1905/94 av den 27 juli 1994 om tillämpningsföreskrifter för rådets förordning (EG) nr 399/94 om särskilda åtgärder för torkade druvor [3].

---

[1] EGT L 67, 14.3.1991, s. 11.
[2] EGT L 207, 19.7.1989, s. 19.
[3] EGT L 194, 29.7.1994, s. 21.

▼B

2. Följande förordningar upphör att gälla:

a) Kommissionens förordning (EEG) nr 1348/81 av den 20 maj 1981 om närmare tillämpningsföreskrifter för rådets förordning (EEG) nr 1970/80 om allmänna tillämpningsföreskrifter för kampanjer avsedda att främja konsumtionen av olivolja i gemenskapen ([1]).

b) Kommissionens förordning (EEG) nr 1164/89 av den 28 april 1989 om närmare bestämmelser för stödet för spånadslin och hampa ([2]).

c) Kommissionens förordning (EEG) nr 2282/90 av den 31 juli 1990 om närmare bestämmelser avsedda att öka konsumtionen och användningen av äpplen samt konsumtionen av citrusfrukt ([3]).

d) Kommissionens förordning (EEG) nr 3601/92 av den 14 december 1992 om tillämpningsföreskrifter för särskilda åtgärder för bordsoliver ([4]).

e) Kommissionens förordning (EEG) nr 1318/93 av den 28 maj 1993 om tillämpningsföreskrifter för rådets förordning (EEG) nr 2067/92 om åtgärder för marknadsföring och avsättning av nötkött av hög kvalitet ([5]).

f) Kommissionens förordning (EG) nr 890/1999 av den 29 april 1999 om organisationen av åtgärder för att informera om gemenskapssystemet för märkning av nötkött ([6]).

g) Kommissionens förordning (EG) nr 3582/93 av den 21 december 1993 om tillämpningsföreskrifter för rådets förordning (EEG) nr 2073/92 om främjande av konsumtionen inom gemenskapen och utveckling av marknaden för mjölk och mjölkprodukter ([7]).

h) Kommissionens förordning (EG) nr 803/98 av den 16 april 1998 om tillämpningsföreskrifter för rådets förordning (EG) nr 2275/96 om särskilda åtgärder inom sektorn för levande växter och blomsterprodukter för år 1998 ([8]).

3. Bestämmelserna i de förordningar som nämns i föregående punkt skall vara tillämpliga på program för information och säljfrämjande åtgärder om vilka beslut som har fattats innan denna förordning träder i kraft.

Artikel 17

Denna förordning träder i kraft den sjunde dagen efter det att den har offentliggjorts i *Europeiska gemenskapernas officiella tidning*.

Denna förordning är till alla delar bindande och direkt tillämplig i alla medlemsstater.

([1]) EGT L 134, 21.5.1981, s. 17.
([2]) EGT L 121, 29.4.1989, s. 4.
([3]) EGT L 205, 3.8.1990, s. 8.
([4]) EGT L 366, 15.12.1992, s. 17.
([5]) EGT L 132, 29.5.1993, s. 83.
([6]) EGT L 113, 30.4.1999, s. 5.
([7]) EGT L 326, 28.12.1993, s. 23.
([8]) EGT L 115, 17.4.1998, s. 5.

▼B

BILAGA I

a) **Förteckning över teman för informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder**

— Information om skyddade ursprungsbeteckningar (SUB), skyddade geografiska beteckningar (SGB), garanterade traditionella specialiteter (GTS) och grafiska symboler i enlighet med jordbrukslagstiftningen.

— Information om ekologiska produktionsmetoder.

— Information om de olika system inom jordbruket som möjliggör spårning av en produkts ursprung och om märkning.

— Information om kvalitets-, säkerhets-, näringsvärdes- och hygienaspekter när det gäller livsmedel.

b) **Förteckning över produkter som kan bli föremål för åtgärder**

— Mjölkprodukter.

— Kvalitetsvin fso, bordsviner med geografisk beteckning.

— Färsk frukt och färska grönsaker.

— Bearbetad frukt och bearbetade grönsaker.

— Levande växter och blomsterprodukter.

▼M1

BILAGA II

FÖRTECKNING ÖVER BEHÖRIGA ORGAN I MEDLEMSTATERNA

(för tillämpning av förordningarna 2702/1999 och 2826/2000)

Medlemsstat	Namn och adress	
Tyskland	Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) Referat 411 D-60631 Frankfurt/Main	Tfn (49-69) 15 64 756/757/862 Fax (49-69) 15 64-791 E-post poststelle@ble.de Internet www.ble.de
Österrike	Agrarmarkt Austria GB II/Abt. 4/Ref. 1 Dresdner Straße 70 A-1201 Wien	Tfn 43.1-33151-241 Fax 43.1.33151-299 E-post Eva.Leutner@ama.bmlf.gv.at
	Wein: Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft Stubering 12 A-1010 Wien	Tfn 43.1-71100-0 Fax 43.1-71100-2901 E-post
Belgien	Vlaamse Gemeenschap: Administratie Land- en Tuinbouw (ALT) (de heer J. Van Liefferinge) Directeur-generaal Leuvenseplein 4 B-1000 Brussel	Tfn (32-2) 553 63 40 Fax (32-2) 553 63 50 E-post jules.vanliefferinge@ewbl.vlaanderen.be
	Région wallonne: Agence Wallonne à l'Exportation (AWEX) (M. Ph. Suinen) Directeur général Place Sainctelette 2 B-1080 Bruxelles	Tfn (32-2) 421 82 11 Fax (32-2) 421 87 87 E-post mail@awex.wallonie.be
Danmark	Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri Direktoratet for FødevareErhverv, Kampmannsgade 3 DK-1780 København V	Tfn 45 33 95 80 00 Fax 45 33 95 80 80 E-post dffe@dffe.dk
	Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri Direktoratet for FødevareErhverv, Interventionskontoret (Carsten Andersen) Kampmannsgade 3 DK-1780 København V	Tfn 45 33 95 80 02 Fax 45 33 95 80 34 E-post caea@dffe.dk

▼M1

Medlemsstat	Namn och adress	
Spanien	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) Subsecretaría — Dirección General de Alimentación (S.G. Promoción Agroalimentaria) Paseo Infanta Isabel 1 E-28014 Madrid	Tfn (34) 913 47 53 91 Fax (34) 913 47 51 68 E-post ssgpromo@mapya.es
Finland	Maa- ja metsätalousministeriö Interventioyksikkö PL 30 FIN-00023 Valtioneuvosto	Tfn 35 89 160 97 53 Fax 35 89 160 97 90 E-post intervention.unit@mmm.fi
Frankrike	Office national interprofessionnel des viandes de l'élevage et de l'aviculture (OFIVAL) (M. Gueudar Delahaye) 80, avenue des terroirs de France, F-75607 Paris Cedex 12	Tfn 33 1 44 68 50 00 Fax 33 1 44 68 50 06 E-post
	Office national interprofessionnel du lait et des produits laitiers (ONILAIT) (M[me] Boulengier) 2, rue Saint-Charles F-75740 Paris Cedex 15	Tfn 33 1 73 00 50 00 Fax 33 1 73 00 50 50 E-post
	Office national interprofessionnel des fruits, des légumes et de l'horticulture (ONIFLHOR) (M. Laneret) 164, rue de Javel F-75739 Paris Cedex 15	Tfn 33 1 44 25 36 36 Fax 33 1 44 25 31 69 E-post
	Office national interprofessionnel des vins (ONIVINS) (M. Dairien) 232, rue de Rivoli F-75001 Paris	Tfn 33 1 42 86 32 00 Fax 33 1 40 15 06 96 E-post
	Office national interprofessionnel des produits de la mer et de l'aquaculture (OFIMER) (M. Merckelbagh) 11, rue de Sébastopol F-75001 Paris	Tfn 33 1 53 00 96 96 Fax 33 1 53 00 96 99 E-post ofimer@ofimer.fr
	Office national interprofessionnel des céréales (ONIC) Office national interprofessionnel des oléagineux, protéagineux et cultures textiles (ONIOL) (M. Drege) 21, avenue Bosquet F-75015 Paris	Tfn 33 1 44 18 20 00 Fax 33 1 45 51 90 99 E-post
	Institut national des appellations d'origines (INAO) (M. Benard) 138, Champs-Élysées F-75008 Paris	Tfn 33 1 53 89 80 00 Fax 33 1 42 25 57 97 E-post jd.benard@inao.gouv.fr

▼M1

Medlemsstat	Namn och adress	
	Fonds d'intervention et de régulation du marché du sucre (FIRS) (Mme Ulmann) 120, bd de Courcelles F-75017 Paris	Tfn 33 1 56 79 46 00 Fax 33 1 56 79 46 50 E-post
	Office de développement de l'économie agricole des départements d'outre-mer (ODEADOM) (M. Danel) 31, quai de Grenelle, Tour Mercure 1 F-75738 Paris Cedex 15	Tfn 33 1 53 95 41 70 Fax 33 1 53 95 41 95 E-post
	Office national interprofessionnel des plantes à parfum, aromatiques et médicinales (ONIPPAM) (M. De Laurens) 25, rue du Maréchal Foch F-04130 Voix	Tfn 33 4 92 79 34 46 Fax 33 4 92 79 33 22 E-post
Grekland	Υπουργείο Γεωργίας Διεύθυνση Γεωργικών Εφαρμογών Οδός Πατησίων 207 και Σκαλιστήρη 19 GR-11253 Αθήνα	Tfn 30 10 867 53 59 Fax 30 10 867 84 51 E-post
Irland	Department of Agriculture, Food and Rural Development Food division Kildare Street Dublin 2	Tfn (353-1) 607 20 00/607 23 90 Fax (353-1) 607 20 38 E-post maura.nolan@agriculture.gov.ie mel.mcdonagh@agriculture.gov.ie
Italien	AGEA Dr. Alberto Migliorini Organismo Pagatore Via Palestro, 81 I-00185 Roma	Tfn (39-06) 49 49 92 86 Fax (39-06) 4 46 34 09 E-post aimauo01@tin.it
Luxemburg	Administration des services techniques de l'Agriculture 16, route d'Esch, boîte postale 1904 L-1019 Luxembourg	Tfn 45 71 72 215 Fax 45 71 72 341 E-post www.asta.etat.lu asta.asta@asta.etat.lu
Nederländerna	Ministerie van LNV Directie I.Z.; desk PDA Postbus 20401 2500 EK Den Haag Nederland	Tfn (31-70) 378 68 68 Fax (31-70) 378 61 05 E-post infotiek@dv.agro.nl

▼M1

Medlemsstat	Namn och adress	
	Ministerie van LNV Agentschap LASER Regio Zuid-West — Postbus 1191 3300 BD Dordrecht Nederland	Tfn (31-78) 639 53 95 Fax (31-78) 639 53 94 E-post
Portugal	INGA Rua Fernando Curado Ribeiro, n.º 4 G 1649-034 Lisboa	Tfn 351.21.751 86 81 Fax 351.21.751 88 13 E-post fmandr@inga.min-agricultura.pt
Förenade kungariket	Department of Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA) International Relations and Export Promotion Division (Jill Russell) Room 324, Whitehall Place East block London SW1A 2HH	Tfn (44-207) 270 19 04 Fax (44-207) 270 84 94 E-post jill.russell@defra.gsi.gov.uk
	Rural Payment Agency (RPA) (Rosemary Welch) PO box 69 Reading RG1 3YD	Tfn (44-1189) 68 76 62 Fax (44-1189) 68 77 34 E-post rosemary.welch@rpa.gsi.gov.uk
Sverige	Jordbruksverket S-55182 Jönköping	Tfn (46-36) 15 50 00 Fax (46-36) 71 95 11 E-post jordbruksverket@sjv.se

▼B

BILAGA III

RIKTLINJER FÖR SÄLJFRÄMJANDE ÅTGÄRDER PÅ DEN INRE MARKNADEN

Information om gemenskapens system för skyddade ursprungsbeteckningar (SUB), skyddade geografiska beteckningar (SGB), garanterade traditionella specialiteter (GTS) och grafiska symboler för dessa

1. BEDÖMNING AV SITUATIONEN

Den informationskampanj som gemenskapen genomförde 1996–1998 utgjorde ett första försök att sprida kunskap om betydelsen av och fördelarna med de två europeiska systemen för uppvärdering och skydd av livsmedel med särskilda egenskaper.

Med tanke på att kampanjen var tidsmässigt begränsad tycks det lämpligt att öka kännedomen om dessa beteckningar, som för närvarande omfattar 562 produkter i gemenskapen, genom ett fortsatt upplysningsarbete om deras betydelse och fördelar. Man bör också försöka sprida kunskap om de grafiska symboler som skapats för detta syfte, särskilt de symboler som 1998 skapades för SUB/SGB.

2. MÅL

— Att uppmuntra producenter/bearbetningsföretag att använda dessa kvalitetssystem.
— Att stimulera efterfrågan av produkterna i fråga genom att informera konsumenter och distributörer om betydelsen av och fördelarna med systemen och de grafiska symbolerna, samt villkoren för att erhålla en beteckning och de kontroller som krävs.

3. HUVUDSAKLIGA MÅLGRUPPER

— Producenter och bearbetningsföretag.
— Distributörer (stormarknader, grossister, detaljhandeln, restauranger).
— Konsumenter.
— Opinionsbildare.

4. HUVUDBUDSKAP

— Produktens särskilda egenskaper med hänsyn till dess geografiska ursprung (SUB/SGB).
— Produktens särskilda egenskaper med hänsyn till dess speciella och traditionella tillverkningssätt, oberoende av produktionsområde (GTS).
— Produktens kvalitet (säkerhet, näringsvärde, organoleptiska egenskaper, spårning av ursprung).
— Stort utbud av berörda produkter av olika typer och smaker.
— Presentation av vissa produkter som registrerats som SUB/SGB eller GTS, exempel på fall där man lyckats uppvärdera livsmedel med särskilda egenskaper.

5. HUVUDSAKLIGA MEDEL

— Elektroniska hjälpmedel (webbplatser).
— Marknadsföring mot medierna (fackpress, damtidningar, mattidningar).
— Kontakter med konsumentorganisationerna.
— Information på försäljningsställena.
— Audiovisuella medier.
— Trycksaker (foldrar, broschyrer, etc.).
— Deltagande vid mässor.
— Marknadsföring i fackpressen.

6. PROGRAMMETS VARAKTIGHET

24–36 månader, med nya mål för varje etapp.

7. PRELIMINÄR BUDGET

4 miljoner euro.

▼B

Informationen om den grafiska symbolen för regionerna i gemenskapens yttersta randområden

1. BEDÖMNING AV SITUATIONEN

Den externa utvärderingen har visat att gemenskapens informationskampanj om den grafiska symbolen (logotypen) för regionerna i gemenskapens yttersta randområde, som genomfördes 1998–1999, väckte stort intresse hos produktionskedjans olika aktörer.

För att få utnyttja denna logotyp begärde därför vissa producenter och bearbetare att deras produkter skulle kvalitetsgodkännas.

Med tanke på att den första kampanjen var kort, är det lämpligt att göra logotypen mer känd bland olika målgrupper. Detta bör ske genom att informationsinsatserna fortsätter om logotypens betydelse och fördelar.

2. MÅL

— Sprida kunskap om logotypens existens, betydelse och fördelar.
— Förmå producenter och bearbetare i de berörda regionerna att använda logotypen.
— Öka kunskaperna om logotypen bland distributörer och konsumenter.

3. HUVUDSAKLIGA MÅLGRUPPER

— Lokala producenter och bearbetare.
— Distributörer och konsumenter.
— Opinionsbildare.

4. HUVUDBUDSKAP

— Typisk och naturlig karaktär.
— Härstammar från EU-regioner.
— Kvalitet (säkerhet, näringsvärde och organoleptiska värden, produktionssätt, ursprunglighet).
— Exotism.
— Varierat utbud och motsatt säsong.
— Spårbarhet.

5. HUVUDSAKLIGA MEDEL

— Elektroniska hjälpmedel (webbplatser osv.).
— Telefonupplysning.
— Marknadsföring mot medierna (fackpress, damtidningar, mattidningar).
— Presentation på försäljningsställen, salonger, mässor etc.
— Kontakter med läkare och dietister.
— Andra hjälpmedel (foldrar, broschyrer, recept osv.).
— Audiovisuella medier.
— Publicitet i lokal fackpress.

6. PROGRAMMENS VARAKTIGHET

24–36 månader, med nya mål för varje etapp.

7. PRELIMINÄR BUDGET

3 miljoner euro.

▼B

Ekologiska produkter

1. BEDÖMNING AV SITUATIONEN

Det är framförallt i städerna som konsumenterna köper ekologiska produkter, men jämfört med konventionella produkter är konsumtionen ännu mycket begränsad.

2. MÅL

— Sprida kunskap bland allmänheten om EU:s regler för ekologisk produktion och om de kontroller som görs, samt om den särskilda EU-logotypen.
— Främja konsumtionen av ekologiska produkter.
— Se till att konsumenterna lär sig mer om det ekologiska jordbruket och dess produkter.

3. MÅLGRUPPER

— Hushåll (föräldrar mellan 20 och 50 år).
— De yrkesverksamma inom sektorn (få dem engagerade och intresserade av att använda EU-logotypen).

4. HUVUDBUDSKAP

— Ekologiska produkter är naturliga, de passar väl in i det moderna vardagslivet, och det är angenämt att äta dem. De kommer från ett miljövänligt jordbruk. Reglerna för dessa produkter är stränga, och det finns oberoende organ och offentliga myndigheter som kontrollerar att de följs.
— Innehållet i budskapen måste vara rationellt och positivt, och hänsyn måste tas till de särskilda konsumtionsmönstren i de olika målgrupperna.
— EU-logotypen är symbolen för ekologiska livsmedel som uppfyller stränga produktionskrav och som kontrolleras rigoröst.

Denna informationskampanj om EU-logotypen får kompletteras med en informationskampanj om gemensamma logotyper som skapats i medlemsstaterna, förutsatt att kravspecifikationerna uppfyller de strängaste krav som ställts upp för EU-logotypen.

5. HUVUDSAKLIGA MEDEL

— Webbplats.
— Telefonupplysning.
— Kontakter med media (journalister inom fackpress, damtidningar).
— Kontakter med läkare och dietister.
— Kontakter med lärare.
— Andra hjälpmedel (broschyrer etc.).
— Audiovisuella medier (biografer, TV-kanaler med specialutbud).
— Radioinslag.
— Reklam i fackpress (damtidningar och tidningar som vänder sig till pensionärer).

6. PROGRAMMENS VARAKTIGHET

12–36 månader, helst fleråriga program med särskilda mål för varje etapp.

7. PRELIMINÄR BUDGET

6 miljoner euro.

▼B

Mjölk och mjölkprodukter

1. BEDÖMNING AV SITUATIONEN

Konsumtionen av mjölk som dryck minskar, särskilt i länder där konsumtionen traditionellt är hög, på grund av konkurrensen från andra drycker som läsk, särskilt när det gäller ungdomar. Däremot ökar den samlade konsumtionen av mjölkprodukter, uttryckt som mjölkekvivalenter.

2. MÅL

— Att öka konsumtionen av mjölk som dryck.
— Att befästa konsumtionen av mjölkprodukter.
— Att främja konsumtionen av mjölkprodukter hos ungdomen.

3. HUVUDSAKLIGA MÅLGRUPPER

— Barn och ungdomar, särskilt flickor mellan 8 och 13 år.
— Unga kvinnor och unga mödrar mellan 20 och 40 år.

4. HUVUDBUDSKAP

— Mjölk- och mjölkprodukter är sunda, naturliga, dynamiska och passar bra in i en modern livsstil och smakar bra.
— Budskapen skall ha ett positivt innehåll och avpassas efter de särskilda konsumtionsmönstren på de olika marknaderna.
— Huvudbudskapen måste nå fram under hela programperioden så att konsumenterna blir övertygade om de positiva effekterna av en regelbunden konsumtion.

5. HUVUDSAKLIGA MEDEL

— Elektroniska hjälpmedel.
— Telefonupplysning.
— Marknadsföring mot medierna (t.ex. journalister inom fackpressen, på damtidningar och barn- och ungdomstidningar).
— Kontakter med läkare och dietister.
— Kontakter med lärare.
— Andra hjälpmedel (broschyrer, leksaker och pyssel för barn, etc.).
— Presentation av produkterna på försäljningsställena.
— Audiovisuella medier (biografer och TV-kanaler med specialutbud).
— Radioinslag.
— Tidningsreklam i fackpress (ungdoms- och damtidningar).

6. PROGRAMMENS VARAKTIGHET

12–36 månader, helst fleråriga program med särskilda mål för varje etapp.

7. PRELIMINÄR BUDGET

6 miljoner euro.

▼B

Vin

1. BEDÖMNING AV SITUATIONEN

Sektorn kännetecknas av överproduktion och stagnation och för vissa kategorier minskande konsumtion, samt ökande import från tredjeland.

2. MÅL

Att informera konsumenterna om det rika utbudet, kvaliteten och produktionsvillkoren för europeiska viner, och om resultaten av vetenskapliga undersökningar.

3. HUVUDSAKLIGA MÅLGRUPPER

Konsumenter mellan 20 och 40 år.

4. HUVUDBUDSKAP

— Gemenskapens lagstiftning innehåller stränga regler för produktion, kvalitetsbeteckningar, märkning och försäljning som ger konsumenterna garantier för kvalitet och spårbarhet.
— Det finns ett mycket stort och rikt utbud av europeiska produkter av olika ursprung.
— En måttlig konsumtion av vin är bra för hälsan.

5. HUVUDSAKLIGA MEDEL

— Informations- och säljfrämjande åtgärder.
— Utbildning inom handeln och i restaurangbranschen.
— Kontakter med läkarkåren och fackpressen.
— Andra medel (webbplats, broschyrer) i syfte att hjälpa allmänheten att välja rätt produkter, samt informera om tillfällen då produkterna lämpar sig, t.ex. vid familjehögtider och liknande.

6. PROGRAMMENS VARAKTIGHET

12–36 månader, helst fleråriga program med särskilda mål för varje etapp.

7. PRELIMINÄR BUDGET

6 miljoner euro.

▼B

Färsk frukt och färska grönsaker

1. BEDÖMNING AV SITUATIONEN

Sektorn kännetecknas av strukturell obalans på marknaden, särskilt i fråga om vissa produkter och trots alla informations- och PR-åtgärder som vidtagits hittills.

Det är framförallt konsumenter under 35 års ålder som visar minskande intresse för sektorn, och denna bild blir ännu tydligare när det rör sig om barn och ungdomar i skolåldern. Detta är raka motsatsen till en balanserad kosthållning.

2. MÅL

Målet är att återupprätta bilden av ”färska” och ”naturliga” produkter, och att se till att andelen unga konsumenter ökar.

3. HUVUDSAKLIGA MÅLGRUPPER

— Unga hushåll (under 35 år).
— Skolbarn och skolungdomar.
— Personalrestauranger, skolmatsalar och liknande.
— Läkare och dietister.

4. HUVUDBUDSKAP

— Produkterna är naturliga.
— Produkterna är färska.
— Produkterna har hög kvalitet (säkerhet, näringsvärde, organoleptiska egenskaper, produktionsmetoder, miljö, koppling till ursprunget).
— Produkterna är njutbara.
— Produkterna står för en balanserad kost.
— Utbudet av färska produkter är stort och säsongsbundet.
— Produkterna kan lätt dukas fram och ätas färska – inget arbete i köket.
— Spårbarhet.

5. HUVUDSAKLIGA MEDEL

— Elektroniska hjälpmedel (webbsidor där produkterna presenteras och där det finns spel och lekar för barn).
— Telefonupplysning.
— Marknadsföring mot medierna (t.ex. journalister inom fackpress, damtidningar och tidningar för barn och ungdomar).
— Kontakter med läkare och dietister.
— Pedagogiska insatser som riktar sig till barn och ungdomar, med hjälp av lärare och ansvariga för skolmatsalar.
— Andra hjälpmedel (broschyrer, recept, spel och pyssel för barn, etc.).
— Audiovisuella medier (biografer och TV-kanaler med specialutbud).
— Radioinslag.
— Tidningsreklam i fackpress (ungdoms- och damtidningar).

6. PROGRAMMENS VARAKTIGHET

12–36 månader, helst fleråriga program med särskilda mål för varje etapp.

7. PRELIMINÄR BUDGET

6 miljoner euro.

▼B

Bearbetad frukt och bearbetade grönsaker

1. BEDÖMNING AV SITUATIONEN

Sektorn kännetecknas av strukturell obalans, särskilt när det gäller vissa produkter som drabbas hårt av konkurrensen från importerade produkter. De informationsåtgärder som vidtagits hittills har inte fått önskade resultat.

Det bör påpekas att konsumenterna är positivt inställda till bearbetade produkter eftersom de är lätta att tillreda. Marknaden kan alltså utvidgas, vilket även gynnar frukt- och grönsakssektorn som tillhandahåller råvarorna.

2. MÅL

Målet är att aktualisera produkternas image och presentationsformer och att öka kännedomen och kunskapen i syfte att öka konsumtionen.

3. HUVUDSAKLIGA MÅLGRUPPER

— Hushållen.
— Personalrestauranger, skolmatsalar och liknande.
— Läkare och dietister.

4. HUVUDBUDSKAP

— Produkterna har hög kvalitet (säkerhet, näringsvärde, organoleptiska egenskaper, beredningsmetoder).
— Produkterna är lätta att använda.
— Produkterna är njutbara.
— Utbudet av produkter är stort och produkterna finns året om.
— Produkterna står för en balanserad kost.
— Spårbarhet.

5. HUVUDSAKLIGA MEDEL

— Elektroniska hjälpmedel (webbsidor).
— Telefonupplysning.
— Marknadsföring mot medierna (t.ex. journalister inom fackpress, damtidningar)
— Presentation av produkterna på försäljningsställena.
— Kontakter med läkare och dietister.
— Andra hjälpmedel (broschyrer, recept).
— Audiovisuella medier.
— Damtidningar, mattidningar och fackpress.

6. PROGRAMMENS VARAKTIGHET

12–36 månader, helst fleråriga program med särskilda mål för varje etapp.

7. PRELIMINÄR BUDGET

3 miljoner euro.

▼M1

Levande växter och blomsterprodukter

1. BEDÖMNING AV SITUATIONEN

Inom denna sektor utsätts gemenskapens produktion i allt högre grad för konkurrens från tredjeland.

Enligt utvärderingar av de försäljningskampanjer som genomfördes 1997–2000 bör för det första hela produktionskedjan från producent till distributör bättre organiseras och effektiviseras och för det andra bör konsumenterna ges mer fullständig information om produkternas inneboende kvaliteter så att gemenskapsproduktionen lättare kan avsättas inom Europeiska unionen.

2. MÅL

— Att öka konsumtionen av blommor och växter med ursprung i gemenskapen.
— Effektivisering av produktionskedjan i varje medlemsstat och ökad spridning av aktörernas kunskaper i alla delar av produktionskedjan, särskilt med hänsyn till miljövänliga metoder.
— Ökat samarbete mellan branschfolk i olika medlemsstater för att möjliggöra utbyte av yrkeskunskaper inom sektorn och bedömning av vissa särskilda produktionsmetoder.

3. HUVUDSAKLIGA MÅLGRUPPER

— Producenter.
— Handelsträdgårdar.
— Distributörer.
— Skolbarn.
— Opinionsbildare, t.ex. journalister och lärare.
— Konsumenter.

4. HUVUDBUDSKAP

— Europeiska produkter är av hög kvalitet.
— Miljövänliga produktionsmetoder.
— Metoder för att utveckla mer hållbara produkter.
— Optimering av kombinationer av olika arter av växter och blommor.

5. HUVUDSAKLIGA MEDEL

— Mässor och utställningar: stånd som visar utbudet från flera olika medlemsstater.
— Utbildning av yrkesverksamma, konsumenter och skolbarn.
— Spridning av kunskaper för att ge aktörerna i produktionskedjan kunskaper om man skall kunna erbjuda ett varaktigt utbud.
— Pedagogiska informationskampanjer riktade till konsumenterna via fackpressen och även genom sådana kanaler som kataloger, trädgårdskalendrar, eller ett program för ”månadens växt”, åtgärder för att främja krukväxter.
— Utökad användning av elektroniska hjälpmedel (Internet, CD-rom etc.)

6. PROGRAMMETS VARAKTIGHET

12–36 månader, helst program med en strategi och motiverade mål för varje fas.

7. PRELIMINÄR BUDGET

4 miljoner euro.