A BIZOTTSÁG 501/2008/EK RENDELETE

(2008. június 5.)

a mezőgazdasági termékek belső piacon és harmadik országokban történő megismertetésével és promóciójával kapcsolatos intézkedésekről szóló 3/2008/EK tanácsi rendelet alkalmazására vonatkozó részletes szabályok megállapításáról

AZ EURÓPAI KÖZÖSSÉGEK BIZOTTSÁGA,

tekintettel az Európai Közösséget létrehozó szerződésre,

tekintettel a mezőgazdasági termékek harmadik országokban történő megismertetésével és promóciójával kapcsolatos intézkedésekről szóló, 2007. december 17-i 3/2008/EK tanácsi rendeletre [1] és különösen annak 4. cikkére, valamint 5., 9. és 15. cikkére,

mivel:

(1) A 3/2008/EK rendelet értelmében a Bizottság meghatározza a közösségi költségvetésből társfinanszírozott tájékoztató és promóciós programok végrehajtásának részletes szabályait.

(2) Figyelembe véve a rendelkezésre álló tapasztalatokat, a piaci helyzet Közösségen belüli és kívüli alakulását illető kilátásokat, valamint a világkereskedelem új összefüggéseit, ajánlatos kialakítani egy, a mezőgazdasági termékekre és előállításuk módjára, valamint a mezőgazdasági termékekből előállított élelmiszer-ipari termékekre vonatkozó átfogó és következetes tájékoztatási és promóciós politikát a belső piacon és a harmadik országok piacain egyaránt, anélkül azonban, hogy az érintett termékek fogyasztását e termékek sajátos eredetére hivatkozva igyekeznének előmozdítani. Ezért az átláthatóság érdekében célszerű hatályon kívül helyezni és – az intézkedések végrehajtási helye szerinti különös szabályokat megőrizve, és róluk külön fejezetben rendelkezve – egyetlen rendelettel helyettesíteni a mezőgazdasági termékek belső piacon történő megismertetésével és promóciójával kapcsolatos intézkedésekről szóló 2826/2000/EK tanácsi rendelet alkalmazására vonatkozó részletes szabályok megállapításáról szóló, 2005. július 1-jei 1071/2005/EK bizottsági rendeletet [2] és a mezőgazdasági termékek harmadik országokban történő megismertetésével és promóciójával kapcsolatos intézkedésekről szóló 2702/1999/EK tanácsi rendelet alkalmazása részletes szabályainak megállapításáról szóló, 2005. augusztus 16-i 1346/2005/EK bizottsági rendeletet [3].

(3) A megfelelő igazgatás céljából rendelkezni kell a mezőgazdasági termékek megismertetésével és promóciójával kapcsolatos intézkedések hatálya alá tartozó témakörök, termékek és piacok jegyzékének elkészítéséről és időszakos naprakésszé tételéről, a rendelet alkalmazásáért felelős nemzeti hatóságok kijelöléséről, valamint a programok időtartamáról.

(4) A fogyasztók tájékoztatása és védelme érdekében indokolt előírni, hogy a belső piaci programok keretében a fogyasztóknak vagy más célcsoportoknak szánt üzenetekben mezőgazdasági termékkel kapcsolatos egészségügyi hatásokra tett utalásoknak elismert tudományos alapja legyen, elismert forrásokból származó információk alapján.

(5) A versenytorzulás minden kockázatának kizárására indokolt megállapítani egyfelől a belső piaci tájékoztató és promóciós kampányok tárgyát képező termékekre vonatkozó általános irányvonalakat és iránymutatásokat, másfelől a harmadik országokban megvalósuló tájékoztató és promóciós programok tárgyát képező termékek különleges származási helyére történő utalás szabályait.

(6) A jogbiztonság céljából hangsúlyozni kell, hogy a belső piacra javasolt programoknak tiszteletben kell tartaniuk a közösségi jogszabályok érintett termékekre és azok forgalomba hozatalára vonatkozó részeit, valamint az említett iránymutatásokat.

(7) A végrehajtó szervezetek és a programok kiválasztási kritériumainak egységessé tétele érdekében a harmadik országokban helyénvalónak tűnik ugyanazon szabályok alkalmazása a 3/2008/EK rendelet 6. cikkének (2) bekezdésében meghatározott nemzetközi szervezetek által végrehajtandó intézkedések esetében. A jogbiztonság érdekében a programok keretében terjesztett üzeneteknek meg kell felelniük a megcélzott harmadik országok jogszabályainak.

[1] HL L 3., 2008.1.5., 1. o.
[2] HL L 179., 2005.7.11., 1. o. Az 1022/2006/EK rendelettel (HL L 184., 2006.7.6., 3. o.) módosított rendelet.
[3] HL L 212., 2005.8.17., 16. o.

(8) A programok benyújtására és a végrehajtó szervezetek kiválasztására szolgáló eljárást úgy kell meghatározni, hogy biztosítva legyen a lehető legszélesebb körű piaci verseny és a szolgáltatások szabad mozgása, figyelembe véve – ha a javaslattevő szervezet közjogi intézmény – az építési beruházásra, az árubeszerzésre és a szolgáltatásnyújtásra irányuló közbeszerzési szerződések odaítélési eljárásainak összehangolásáról szóló, 2004. március 31-i 2004/18/EGK európai parlamenti és tanácsi irányelv [1] rendelkezéseit.

(9) A 3/2008/EK rendelet lehetőséget ad a javaslattevő szervezeteknek, hogy a programok egy részét maguk hajtsák végre, hogy az eljárás későbbi szakaszában válasszák ki a végrehajtó szervezeteket, és hogy a közösségi hozzájárulást állandó, de a program egyes szakaszainak költségét legfeljebb 50 %-ban – a Közösség oktatási intézményeinek tanulóit érintő zöldség- és gyümölcságazati intézkedések esetében legfeljebb 60 %-ban – fedező szinten tartsák. Indokolt megállapítani e rendelkezések alkalmazásának részletes szabályait.

(10) A programok tagállami kiválasztásának és a kiválasztott programoknak a Bizottság általi vizsgálatának szempontjait úgy kell meghatározni, hogy biztosítva legyen a közösségi szabályok betartása és a végrehajtandó intézkedések hatékonysága. A programok vizsgálatát követően a Bizottságnak határoznia kell arról, hogy mely programok fogadhatók el, és hozzájuk mekkora költségvetés kapcsolódhat.

(11) Harmadik országokat érintő programok esetében a közösségi intézkedések hatékonyságához a tagállamoknak biztosítaniuk kell, hogy a jóváhagyott programok saját nemzeti, illetve regionális programjaikkal egységet alkossanak, azokat kiegészítsék; ezenkívül a programok hatásának optimalizálása érdekében elsőbbségi szempontokat indokolt meghatározni a programok kiválasztásához.

(12) Az egynél több tagállam részvételével megvalósuló programok esetében olyan intézkedések meghozataláról kell rendelkezni, amelyek biztosítják az érintett tagállamok együttműködését a programok benyújtásában és vizsgálatában.

(13) A hatékony és eredményes pénzgazdálkodás céljából a programokban meg kell állapítani a tagállamok és a javaslattevő szervezetek pénzügyi hozzájárulásának feltételeit.

(14) A kettős finanszírozás kockázatának elkerülésére helyénvaló a 3/2008/EK rendelet szerinti támogatásból kizárni azokat a belső piaci tájékoztató és promóciós intézkedéseket, amelyek az Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alapból (EMVA) nyújtandó vidékfejlesztési támogatásról szóló, 2005. szeptember 20-i 1698/2005/EK tanácsi rendelet [2] alapján támogatásban részesülnek.

(15) Az elvállalt kötelezettségek teljesítésének részletes szabályairól ésszerű időn belül szerződésnek kell létrejönnie az érdekeltek és az illetékes nemzeti hatóságok között, a Bizottság által a tagállamok rendelkezésére bocsátott szerződésminták alapján.

(16) Az ilyen szerződések megfelelő teljesítése céljából a szerződő félnek a Közösség és az érintett tagállam vagy tagállamok pénzügyi hozzájárulásának 15 %-ával egyenértékű biztosítékot kell letétbe helyeznie a hatáskörrel rendelkező nemzeti hatóság javára. Ugyanezen célból biztosítékot kell letétbe helyezni, amennyiben az egyes éves szakaszokra előleget igényeltek.

(17) Meg kell határozni, hogy a tagállamoknak milyen ellenőrzéseket kell végrehajtaniuk.

(18) Pontosítani kell, hogy a szerződésekben meghatározott intézkedések végrehajtása elsődleges követelmény a mezőgazdasági termékeket érintő biztosítéki rendszer alkalmazására vonatkozó közös részletes szabályok megállapításáról szóló, 1985. július 22-i 2220/85/EGK bizottsági rendelet [3] 20. cikke értelmében.

(19) A költségvetés-gazdálkodás követelményei miatt elengedhetetlen pénzügyi szankcióról rendelkezni a részkifizetési kérelmek határidejének be nem tartásának és a tagállami kifizetések késedelmes kifizetésének eseteire.

[1] HL L 134., 2004.4.30., 114. o. A legutóbb a 213/2008/EK bizottsági rendelettel (HL L 74., 2008.3.15., 1. o.) módosított irányelv.

[2] HL L 277., 2005.10.21., 1. o. A legutóbb a 146/2008/EK rendelettel (HL L 46., 2008.2.21., 1. o.) módosított rendelet.

[3] HL L 205., 1985.8.3., 5. o. A legutóbb az 1913/2006/EK rendelettel (HL L 365., 2006.12.21., 52. o.) módosított rendelet.

(20) A hatékony és eredményes pénzgazdálkodás érdekében és annak elkerülésére, hogy az előírt kifizetések teljesítése kimerítse a Közösség pénzügyi hozzájárulását, nem hagyva módot a maradványösszeg kifizetésére, indokolt előírni hogy az előleg és a különböző részkifizetések összege ne haladhassa meg a Közösség és a tagállamok hozzájárulásának 80 %-át. Ugyanezen okból a maradványösszeg kifizetése iránti kérelmeknek az előírt határidőn belül kell beérkezniük az illetékes nemzeti hatóságokhoz.

(21) A tagállamoknak meg kell vizsgálniuk a programok keretében készült minden tájékoztató és promóciós anyagot. Meg kell határozni az anyagoknak a programok vége utáni felhasználásának feltételeit.

(22) A megszerzett tapasztalatok fényében és a programok megfelelő megvalósításának felügyelete érdekében meg kell határozni a 3/2008/EK rendelettel e célra létrehozott ellenőrző csoport munkafeltételeit.

(23) A tagállamoknak ellenőrizniük kell az e rendeletben meghatározott intézkedések végrehajtását, és a Bizottságot tájékoztatni kell a vizsgálati és ellenőrző intézkedések eredményeiről. A hatékony és eredményes pénzgazdálkodás érdekében rendelkezni kell a tagállamok együttműködéséről abban az esetben, ha az intézkedéseket nem abban a tagállamban hajtják végre, amelyben a szerződést aláíró hatáskörrel rendelkező szervezet székhelye van.

(24) A Közösség pénzügyi érdekeinek hatékony védelme érdekében megfelelő intézkedéseket kell hozni a csalás és a súlyos gondatlanság elleni küzdelem érdekében. E célból visszatérítést és szankciókat kell bevezetni.

(25) Világosan elő kell írni, hogy többéves programok esetében minden éves szakasz lezárása után belső értékelő jelentést kell benyújtani, még akkor is, ha nem nyújtanak be kifizetésre irányuló kérelmet.

(26) A jogosulatlan kifizetés kedvezményezettje által fizetendő kamatlábat össze kell hangolni az Európai Közösségek általános költségvetésére alkalmazandó költségvetési rendeletről szóló 1605/2002/EK, Euratom tanácsi rendelet végrehajtására vonatkozó részletes szabályok megállapításáról szóló, 2002. december 23-i 2342/2002/EK, Euratom bizottsági rendelet [1] 86. cikkében megállapított, az esedékesség napján meg nem fizetett követelésekre vonatkozó kamatlábbal.

(27) Az e rendeletben előírt intézkedések összhangban vannak a mezőgazdasági piacok közös szervezésével foglalkozó irányítóbizottság véleményével,

ELFOGADTA EZT A RENDELETET:

I. FEJEZET

ÁLTALÁNOS RENDELKEZÉSEK

1. cikk

Cél és fogalommeghatározás

(1) Ez a rendelet megállapítja a 3/2008/EK rendelet alkalmazásának részletes szabályait, különösen az említett rendelet 6. cikkében említett programok kidolgozását, kiválasztását, végrehajtását, finanszírozását és ellenőrzését illetően.

(2) „Programon” az intézkedések olyan összefüggő együttese értendő, amelyek nagyságrendjüket tekintve elég jelentősek ahhoz, hogy elősegítsék az érintett termékekre vonatkozó ismeretek növelését és e termékek értékesítésének fokozását.

2. cikk

Az illetékes hatóságok kijelölése

A tagállamok kijelölik az e rendelet alkalmazásában hatáskörrel rendelkező hatóságokat (a továbbiakban: illetékes nemzeti hatóságok).

A tagállamok értesítik a Bizottságot a kijelölt hatóságok nevéről és összes adatairól, valamint ezek bármilyen módosításáról.

Ezeket az adatokat a Bizottság megfelelő formában a nyilvánosság rendelkezésére bocsátja.

3. cikk

A programok időtartama

Minden programot a 16. cikk (1) bekezdése szerinti vonatkozó szerződés hatálybalépésétől számítva legalább egy, de legfeljebb három év alatt kell megvalósítani.

[1] HL L 357., 2002.12.31., 1. o. A legutóbb a 478/2007/EK, Euratom rendelettel (HL L 111., 2007.4.28., 13. o.) módosított rendelet.

4. cikk

A belső piaci programok tájékoztatási és promóciós üzeneteinek jellemzői

(1) A programok keretében a fogyasztóknak vagy más célcsoportoknak szánt összes tájékoztató és promóciós üzenetnek (a továbbiakban: üzenet) az adott termék belső tulajdonságain vagy annak jellemzőin kell alapulnia, összhangban a 3/2008/EK rendelet 3. cikkének (1) bekezdésében meghatározott szempontokkal.

(2) A termék származási helyére tett bármely utalás csak másodlagos fontosságot kaphat a kampány révén közvetített fő üzenethez képest. A tájékoztatási, illetve promóciós intézkedés azonban utalhat a termék származási helyére abban az esetben, ha a közösségi szabályozás szerinti elnevezésre történik utalás, vagy ha olyan, jellegzetes termékről van szó, amely a tájékoztatási, illetve promóciós intézkedések szemléltetéséhez szükséges.

(3) Az érintett termékek fogyasztásának az egészségre gyakorolt hatására csak általánosan elismert tudományos eredmények alapján tehető utalás a közvetítendő üzenetekben.

Az ilyen hatásra utaló üzeneteket jóvá kell hagyatni a közegészségügyben hatáskörrel rendelkező nemzeti hatósággal.

A programra javaslatot tevő – a 3/2008/EK rendelet 6. cikkének (1) bekezdése szerinti – szakmai vagy szakmaközi szervezet bármikor az érintett tagállam és a Bizottság rendelkezésére bocsátja a felhatalmazott tudományos intézmények azon tudományos vizsgálatainak és véleményeinek jegyzékét, amelyek az egészségre gyakorolt hatásra tett programbeli utalásokat megalapozzák.

5. cikk

A harmadik országokat érintő programok tájékoztatási és promóciós üzeneteinek jellemzői

(1) Minden üzenetnek az érintett termék belső tulajdonságain vagy annak jellemzőin kell alapulnia.

Minden üzenetnek összhangban kell lennie az általa célba vett harmadik országok hatályos jogi szabályozásával.

(2) A termék származási helyére tett bármely utalás csak másodlagos fontosságot kaphat a kampány révén közvetített fő üzenethez képest. A tájékoztatási, illetve promóciós intézkedés azonban utalhat a termék származási helyére abban az esetben, ha a közösségi szabályozás szerinti elnevezésre történik utalás, vagy ha olyan, jellegzetes termékről van szó, amely a tájékoztatási, illetve promóciós intézkedések szemléltetéséhez szükséges.

6. cikk

A végrehajtandó intézkedések tárgya és tájékoztató jellegű költségvetés

(1) E rendelet I. mellékletének A. része tartalmazza azon témakörök és termékek jegyzékét, amelyek – a 3/2008/EK rendelet 3. cikkének (1) bekezdésével összhangban – a belső piacon végrehajtandó intézkedések tárgyát képezhetik.

A jegyzék aktualizálására kétévente, legkésőbb március 31-ig kerül sor.

(2) E rendelet II. mellékletének A. része tartalmazza azon témakörök és termékek jegyzékét, amelyek – a 3/2008/EK rendelet 3. cikkének (2) bekezdésével összhangban – a harmadik országokban végrehajtandó intézkedések tárgyát képezhetik. A II. melléklet B. része tartalmazza azon harmadik országbeli piacok jegyzékét, ahol a szóban forgó intézkedések végrehajthatók.

A jegyzékek aktualizálására kétévente, legkésőbb december 31-ig kerül sor.

(3) Az ágazatonkénti tájékoztató jellegű költségvetés a III. mellékletben szerepel.

II. FEJEZET

A 3/2008/EK RENDELET 6–8. CIKKÉBEN EMLÍTETT PROGRAMOK KIVÁLASZTÁSA

7. cikk

Nemzetközi szervezetekkel együttműködésben megvalósuló, harmadik országokat érintő programok

(1) A 3/2008/EK rendelet 6. cikke (2) bekezdésének alkalmazása esetén az említett cikkben említett nemzetközi szervezetek a Bizottság kérésére javaslatokat nyújtanak be a következő évre tervezett programokra vonatkozóan.

A 3/2008/EK rendelet 13. cikkének (4) bekezdése szerinti közösségi hozzájárulás odaítélésének és kifizetésének feltételeit a Közösség és az érintett nemzetközi szervezet között létrejött támogatási szerződés rögzíti.

(2) A 2004/18/EK irányelvet alkalmazni kell abban az esetben, ha az intézkedések végrehajtásában részt vesznek a 3/2008/EK rendelet 6. cikkének (2) bekezdésében említett nemzetközi szervezetek.

8. cikk

A programok benyújtása

(1) A programok részét képező intézkedések megvalósításához az érintett tagállam évente pályázati felhívásokat ír ki.

A Közösségnek az ágazatra nézve reprezentatív szakmai vagy szakmaközi szervezetei (a továbbiakban: javaslattevő szervezetek) a belső piac tekintetében legkésőbb november 30-ig, a harmadik országok tekintetében pedig legkésőbb március 31-én a tagállam elé terjesztik programjaikat.

A programokat a Bizottság által meghatározott és a Bizottság internetes honlapján hozzáférhető formátum szerint kell benyújtani. Ezt a formátumot az első albekezdés szerinti pályázati felhívásokhoz is csatolni kell.

(2) Az (1) bekezdés szerint benyújtott programoknak:

a) összhangban kell lenniük az érintett termékekre és azok értékesítésére vonatkozó közösségi szabályozással;

b) összhangban kell lenniük az érintett tagállamok által e célból közölt kizárási, kiválasztási és odaítélési szempontokat tartalmazó pályázati dokumentációval;

c) kellően kidolgozottnak kell lenniük ahhoz, hogy értékelhető legyen a hatályos szabályozásnak való megfelelőségük és költséghatékonyságuk.

(3) E programok végrehajtásához minden javaslattevő szervezet – a tagállam ellenőrzése alatt megfelelően lefolytatott versenyeljárás után – kiválaszt egy vagy több végrehajtó szervezetet. Amennyiben e kiválasztásra még a program benyújtása előtt került sor, a végrehajtó szervezet részt vehet a program kidolgozásában.

9. cikk

A programok előzetes tagállami kiválasztása

(1) A tagállamok meghatározzák a 8. cikk (2) bekezdésének b) pontjában említett pályázati dokumentációban meghatározott szempontok alapján általuk kiválasztott programok ideiglenes jegyzékét.

(2) A harmadik országokat érintő programokat a tagállamok többek között a következő kritériumok alapján értékelik:

a) a javasolt stratégiák összhangja a kitűzött célokkal;

b) a javasolt intézkedések minősége;

c) az intézkedések megvalósításának előrelátható hatása az érintett termékek iránti kereslet alakulására;

d) a javaslattevő szervezet hatékony és reprezentatív voltának biztosítékai;

e) a javasolt végrehajtó szervezet technikai teljesítőképessége és hatékonyságának biztosítékai.

(3) A belső piacra szánt programoknak ezenkívül összhangban kell lenniük a 8. cikkben és az ebben a cikkben előírt kötelezettségekkel, valamint a belső piaci promócióra vonatkozó – a 3/2008/EK rendelet 5. cikkének (1) bekezdésében előírt és e rendelet I. mellékletének B. részében szereplő – irányvonalakkal.

(4) Több tagállamot érintő program esetében az érintett tagállamok egyeztetnek a program kiválasztásáról, és koordináló tagállamot jelölnek ki. A tagállamok vállalják, hogy a 14. cikk (2) bekezdésével összhangban részt vesznek e programok finanszírozásában, valamint nyomon követésük, végrehajtásuk és ellenőrzésük megkönnyítésére közigazgatási együttműködésre lépnek.

(5) A harmadik országokat érintő programok esetében minden tagállam gondoskodik arról, hogy a nemzeti vagy regionális intézkedések összhangban legyenek a 3/2008/EK rendelet szerint társfinanszírozott intézkedésekkel, valamint hogy a benyújtott programok kiegészítsék a nemzeti vagy regionális kampányokat.

10. cikk

Elsőbbség a harmadik országokat érintő programok kiválasztásánál

(1) A 3/2008/EK rendelet 6. cikkének (1) bekezdésében említett, egynél több tagállam által benyújtott programok közül elsőbbséget élveznek azok, amelyek termékek egész csoportjára vonatkoznak, és különös hangsúlyt helyeznek a Közösség termelésének minőségi, tápértékbeli és élelmiszer-biztonsági vonatkozásaira.

(2) Az egyetlen tagállamot vagy egyetlen terméket érintő programok közül elsőbbséget élveznek azok, amelyek közösségi érdeket képviselnek, különösen a közösségi mezőgazdasági és élelmiszer-ipari termékek minősége, tápértéke és biztonságos volta, valamint az e termékekről adott reprezentatív kép tekintetében.

11. cikk

A programoknak a Bizottság általi kiválasztása

(1) A tagállamok minden évben, a belső piac tekintetében legkésőbb február 15-ig, a harmadik országok tekintetében pedig legkésőbb június 30-ig eljuttatják a Bizottsághoz a 9. cikk (1) bekezdésében említett – adott esetben a 8. cikk (3) bekezdésével összhangban általuk már kiválasztott végrehajtó szervezeteket is tartalmazó – jegyzéket, valamint a programokról készült másolatot.

Több tagállamot érintő programok esetében az érintett tagállamok közös megegyezéssel teszik meg a szóban forgó értesítést.

(2) A Bizottság értesíti az érintett tagállamokat, ha valamely benyújtott programról azt állapítja meg, hogy az teljesen vagy részben összeegyeztethetetlen:

a) a közösségi szabályozással; vagy

b) a belső piacot illetően az irányvonalakkal; vagy

c) a harmadik országokat illetően a 9. cikk (2) bekezdése szerinti szempontokkal.

Az első albekezdésben említett értesítésre a 9. cikk (1) bekezdése szerinti jegyzék kézhezvételét követő hatvanadik naptári napig kerül sor.

(3) A 3/2008/EK rendelet 7. cikke (2) bekezdése harmadik albekezdésének megfelelően a tagállamok az e cikk (2) bekezdésében említett értesítést követő harmincadik naptári napig benyújtják a Bizottságnak a programok felülvizsgált változatát.

A felülvizsgált programok ellenőrzését követően a Bizottság a belső piac tekintetében legkésőbb június 30-ig, a harmadik országok tekintetében pedig legkésőbb november 30-ig határoz arról, hogy a 3/2008/EK rendelet 16. cikkének (2) bekezdésében említett eljárással összhangban mely programokat társfinanszírozhatja.

(4) A javaslattevő szervezet(ek) felel(nek) a kiválasztott program megfelelő végrehajtásáért és igazgatásáért.

12. cikk

A végrehajtó szervezetek tagállami jóváhagyása

(1) A végrehajtó szervezetnek a 8. cikk (3) bekezdése szerinti kiválasztását a tagállam jóváhagyja, és erről még a 16. cikk (1) bekezdésében említett szerződés aláírása előtt tájékoztatja a Bizottságot.

(2) A tagállam ellenőrzi, hogy a kiválasztott végrehajtó szervezet – a 3/2008/EK rendelet 11. cikke (3) bekezdésének megfelelően – rendelkezik a programok lehető leghatékonyabb végrehajtásához szükséges pénzügyi és technikai eszközökkel. A tagállam az e célból lefolytatott eljárásról tájékoztatja a Bizottságot.

13. cikk

Programrészeknek a javaslattevő szervezet általi megvalósítása

(1) A 3/2008/EK rendelet 11. cikkének (2) bekezdésével összhangban egy javaslattevő szervezet a következő feltételek teljesülése esetén valósíthatja meg egy program bizonyos részeit:

a) a javaslattevő szervezet teljesíti a 3/2008/EK rendelet 11. cikkének (3) bekezdésében felsorolt kötelezettségeket;

b) a javaslattevő szervezet legalább ötéves tapasztalattal rendelkezik ugyanilyen jellegű programok végrehajtásában;

c) a javaslattevő szervezet által megvalósított rész költségei nem lépik túl a program összköltségeinek 50 %-át, kivéve kellően indokolt kivételes esetekben, a Bizottság előzetes írásbeli engedélyével;

d) a javaslattevő szervezet biztosítja, hogy az általa végrehajtandó intézkedések költségei nem haladják meg a szokásos piaci költségeket.

A tagállam ellenőrzi e feltételek meglétét.

(2) Abban az esetben, ha a javaslattevő szervezet a 2004/18/EK irányelv 1. cikke (9) bekezdésének második albekezdése értelmében vett közjogi intézmény, a tagállamok megteszik a szükséges intézkedéseket annak érdekében, hogy az ajánlatkérők érvényesítsék az említett irányelv rendelkezéseit.

III. FEJEZET

A PROGRAMOK FINANSZÍROZÁSÁNAK RÉSZLETES SZABÁLYAI

14. cikk

Általános finanszírozási szabályok

(1) A Közösség pénzügyi hozzájárulását az érintett tagállamoknak fizetik ki.

(2) Ha több tagállam is részt vesz egyazon program finanszírozásában, minden tagállam a maga területén bejegyzett javaslattevő szervezet pénzügyi hozzájárulását egészíti ki saját hozzájárulásával. Ez esetben a Közösség pénzügyi hozzájárulása nem haladhatja meg a 3/2008/EK rendelet 13. cikkének (2) bekezdése szerinti mértéket.

(3) A 3/2008/EK rendelet 13. cikkében meghatározott pénzügyi hozzájárulásokról említést kell tenni a Bizottsághoz benyújtott programban.

15. cikk

A belső piacra vonatkozó különös szabályok

(1) A 3/2008/EK rendelet 9. cikkének alkalmazása esetén az e rendelet 11. cikkének (1), (2) és (3) bekezdésében, valamint az e rendelet 14–23. cikkében megállapított eljárások alkalmazandók.

A 3/2008/EK rendelet 9. cikke szerinti programok esetében az érintett tagállamok és a kiválasztott végrehajtó szervezetek között jön létre szerződés.

(2) Az 1698/2005/EK tanácsi rendelet alapján támogatott tájékoztató és promóciós tevékenységek e rendelet alapján nem részesülhetnek a Közösség pénzügyi hozzájárulásában.

16. cikk

Szerződéskötés és biztosíték letétbe helyezése

(1) Amint a Bizottság elfogadta a 11. cikk (3) bekezdésében említett határozatot, a tagállamok minden javaslattevő szervezetet értesítenek kérelmük elbírálásáról.

A tagállamok a Bizottság által hozott – a 11. cikk (3) bekezdésében említett – határozatról szóló értesítéstől számítva kilencven naptári napon belül szerződést kötnek a kiválasztott javaslattevő szervezetekkel. E határidőn túl a Bizottság előzetes engedélye nélkül semmilyen szerződés nem köthető.

(2) A tagállamok a Bizottság által rendelkezésükre bocsátott szerződésmintákat használják.

A tagállamok adott esetben módosíthatják a szerződésmintákban szereplő egyes feltételeket a nemzeti szabályoknak való megfelelés érdekében, de csak akkor, ha ez nem sérti a közösségi jogszabályokat.

(3) A két fél között csak azután jöhet létre a szerződés, hogy a javaslattevő szervezet a Közösségtől és az érintett tagállamoktól származó finanszírozás legnagyobb éves összegének 15 %-ával azonos összegű biztosítékot nyújtott a tagállam részére – a 2220/85/EGK rendelet III. címében megállapított feltételekkel – a szerződés megfelelő teljesítésének biztosítására.

Ha azonban a szerződést kötő szervezet közjogi intézmény, vagy ilyen intézmény felügyelete alatt működik, az illetékes nemzeti hatóság a felügyeleti szervtől írásbeli kezességvállalást fogadhat el az első albekezdés szerinti hányadnak megfelelő összegre, feltéve, hogy az említett felügyeleti szerv átvállalja a következőket:

a) a vállalt kötelezettségek megfelelő teljesítéséről való gondoskodás;

b) annak ellenőrzése, hogy a kapott összegeket valóban a vállalt kötelezettségek teljesítéséhez használják fel.

A teljesítési biztosíték letétbe helyezését igazoló bizonyítékot az (1) bekezdésben meghatározott határidőn belül el kell juttatni a tagállamhoz.

(4) A 2220/85/EGK rendelet 20. cikke értelmében vett elsődleges követelmény a szerződésben foglalt intézkedések végrehajtása.

(5) A tagállam a szerződés egy példányát és a biztosíték letétbe helyezését igazoló bizonyítékot haladéktalanul továbbítja a Bizottságnak.

A tagállam ezenkívül másolatot küld a kiválasztott javaslattevő szervezet és a végrehajtó szervezet között létrejött szerződésről. Ez utóbbi szerződésben ki kell kötni, hogy a végrehajtó szervezet köteles alávetni magát a 25. cikkben előírt ellenőrzéseknek.

17. cikk

Előlegfizetési rendszer

(1) A 16. cikk (1) bekezdésében említett szerződés aláírásától számítva harminc naptári napon belül, és – többéves programok esetében – minden tizenkét hónapos időszak kezdőnapjától számítva harminc napon belül a szerződő szervezet előlegfizetési kérelmet nyújthat be az érintett tagállamhoz, az e cikk (3) bekezdésben előírt biztosíték igazolásával. A határidőn túl nem nyújtható be előlegfizetési kérelem.

Az előleg a Közösségtől és a tagállamtól, illetve tagállamoktól származó – a 3/2008/EK rendelet 13. cikke (2), illetve (3) bekezdés szerinti – éves hozzájárulás legfeljebb 30 %-át fedezheti.

(2) A tagállam az előlegfizetési kérelem benyújtásától számítva harminc naptári napon belül kifizeti az előleget. A *vis maior* esetét kivéve minden kifizetési késedelem a Bizottság által a tagállam részére kifizetett havi előleg összegének a 883/2006/EK bizottsági rendelet [1] 9. cikkében előírt szabályok szerinti csökkentésével jár.

(3) Az előleg kifizetésének feltétele, hogy a szerződő fél az előleg 110 %-ának megfelelő összegű biztosítékot helyezzen letétbe a tagállam javára, a 2220/85/EGK rendelet III. címében előírt feltételekkel. A tagállam haladéktalanul másolatot küld a Bizottságnak minden előlegfizetési kérelemről és a kapcsolódó biztosíték letétbe helyezését igazoló iratról.

Ha azonban a szerződést kötő szervezet közjogi intézmény, vagy ilyen intézmény felügyelete alatt működik, az illetékes nemzeti hatóság a felügyeleti szervtől írásbeli kezességvállalást fogadhat el az első albekezdés szerinti hányadnak megfelelő összegre, feltéve, hogy az említett felügyeleti szerv vállalja, hogy befizeti a biztosítékkal fedezett összeget, ha a megelőlegezett összegre való jogosultság nem igazolható.

18. cikk

Részkifizetések

(1) A javaslattevő szervezetek a 16. cikk (1) bekezdésében említett szerződés aláírásának időpontjától számított három hónapos időszakok mindegyikének lejártát követő naptári hónap végéig nyújthatják be a közösségi és a tagállami hozzájárulásra vonatkozó részkifizetési kérelmeiket.

A kérelem mindig az adott negyedévben felmerült kifizetésekre vonatkozik, és csatolni kell hozzá az összefoglaló pénzügyi kimutatást, a kapcsolódó számlák és alátámasztó dokumentumok másolatát, valamint az adott negyedéves időszak szerződésteljesítési részjelentését (a továbbiakban: negyedéves jelentés). Ha a szóban forgó negyedéves időszakban semmilyen kifizetésre vagy intézkedésre nem került sor, az említett iratokat az első albekezdésben előírt határidőn belül el kell juttatni az illetékes nemzeti hatósághoz.

A *vis maior* esetét kivéve a második albekezdésben előírt mellékletekkel ellátott részkifizetési kérelem késedelmes benyújtása 3 %-os kifizetéscsökkentéssel jár minden teljes hónap késedelem után.

(2) A részkifizetések teljesítésére csak azután kerülhet sor, hogy a tagállam ellenőrizte az (1) bekezdés második albekezdésében említett iratokat.

(3) A részkifizetések és a 17. cikk szerinti előlegfizetések összege együttesen nem lépheti túl a Közösségtől és az érintett tagállamoktól származó – a 3/2008/EK rendelet 13. cikkének (2), illetve (3) cikkében említett – teljes éves hozzájárulás 80 %-át. E szint elérése után nem nyújtható be további részkifizetési kérelem.

19. cikk

Maradványösszegek kifizetése

(1) A javaslattevő szervezetek az intézkedéseknek a 16. cikk (1) bekezdésében említett szerződés szerinti befejezési időpontjától számítva négy hónapon belül nyújthatják be a maradványösszegek kifizetése iránti kérelmeiket a tagállamhoz.

A kérelem akkor tekintendő elfogadhatónak, ha csatolták hozzá a következőkből álló jelentést (a továbbiakban: zárójelentés):

a) a megvalósítottakról szóló összefoglaló kimutatás és a jelentés időpontjában megállapíthatóan elért eredmények értékelése;

b) összefoglaló pénzügyi beszámoló, amely világosan bemutatja a tervezett és a tényleges kiadásokat.

Az éves jelentéshez csatolni kell a kifizetésekkel összefüggő számlák és alátámasztó dokumentumok másolatát.

A *vis maior* esetét kivéve a maradványösszeg kifizetése iránti kérelem késedelmes benyújtása a maradványösszeg 3 %-os csökkentésével jár minden hónap késedelem után.

[1] HL L 171., 2006.6.23., 1. o.

(2) A maradványösszeg kifizetésének teljesítésére csak azután kerülhet sor, hogy a tagállam ellenőrizte az (1) bekezdés harmadik albekezdésében említett iratokat.

A kifizetett maradványösszeg a 16. cikk (4) bekezdése szerinti elsődleges követelmény be nem tartásának súlyossága szerint csökken.

20. cikk

Tagállami kifizetések

A tagállamok a 18. és 19. cikkben említett kifizetéseket a kifizetési kérelem kézhezvételétől számítva hatvan naptári napon belül teljesítik.

Ez a határidő azonban a kifizetési kérelem első nyilvántartásba vételét követő hatvannapos időszakban bármikor felfüggeszthető a kifizetést kérelmező szerződő szervezetnek küldött megfelelő tartalmú értesítéssel, nevezetesen hogy a kifizetési igény vagy nem fogadható el, vagy nem érvényesíthető, vagy nem indokolt a kiegészítő kérelmek esetében mindig kötelezően benyújtandó alátámasztó dokumentumok alapján, illetőleg hogy a tagállam további információ bekérését vagy ellenőrzések elvégzését tartja szükségesnek. A határidő tovább telik attól az időponttól fogva, amikor a tagállam kézhez kapta a kért információkat, illetve elvégezte az ellenőrzéseket, amely információkat, illetőleg ellenőrzéseket az értesítéstől számított harminc naptári napon belül kell megküldeni, illetve elvégezni.

A *vis maior* esetét kivéve minden kifizetési késedelem a Bizottság által a tagállam részére kifizetett havi előleg összegének a 883/2006/EK bizottsági rendelet 9. cikkében előírt szabályok szerinti csökkentésével jár.

21. cikk

Biztosíték

(1) A 17. cikk (3) bekezdésében említett biztosítékot akkor kell felszabadítani, ha a tagállam megállapította a kifizetett előlegre való végleges jogosultságot.

(2) A 16. cikk (3) bekezdésében előírt biztosítéknak a maradványösszeg kifizetéséig érvényben kell maradnia, és felszabadítása az illetékes nemzeti hatóság által kiadott teljesítésigazolással történik.

A biztosíték felszabadítása a 20. cikkben – a maradványösszeg-kifizetésekre vonatkozóan – előírt határidők és feltételek szerint történik.

(3) A visszatartott biztosítékok és a kiszabott bírságok a közösségi finanszírozásnak megfelelő részben levonandók az Európai Mezőgazdasági Garanciaalapnak (EMGA) bejelentett kiadásokból.

22. cikk

A Bizottsághoz benyújtandó iratok

(1) Az éves jelentést minden éves szakasz lezárása után be kell nyújtani, még akkor is, ha nem nyújtottak be maradványösszeg kifizetése iránti kérelmet.

(2) A tagállam a 19. cikk (2) bekezdésében említett maradványösszeg kifizetésétől számítva harminc naptári napon belül megküldi a Bizottságnak a 19. cikk (1) bekezdése második albekezdése a) és b) pontjában említett összefoglaló kimutatásokat.

(3) A tagállam – a 18. cikknek megfelelően – évente kétszer megküldi a Bizottságnak a részkifizetésekhez szükséges negyedéves jelentéseket.

A tagállam az első és a második negyedéves jelentést a második negyedéves jelentés kézhezvételétől számítva hatvan naptári napon belül, a harmadik és a negyedik negyedéves jelentést pedig az e cikk (2) bekezdésében említett összefoglaló kimutatással együtt küldi be.

Az elmúlt évre vonatkozó éves jelentés tartalmazhatja a negyedik negyedévre vonatkozó negyedéves jelentést.

(4) A tagállam a maradványösszeg kifizetése után harminc naptári napon belül megküldi a Bizottságnak a szerződés keretében felmerült kiadásokról beszámoló pénzügyi kimutatást, a Bizottság által megállapított és a tagállamoknak továbbított formátumban. A kimutatáshoz csatolni kell a tagállam indoklással ellátott véleményét az eltelt szakaszra tervezett feladatok elvégzéséről.

A kimutatás azt is igazolja, hogy a 18. cikk (2) bekezdésének és a 19. cikk (2) bekezdésének megfelelően elvégzett ellenőrzések alapján az összes kiadás támogathatónak minősül a szerződésben rögzített feltételek szerint.

IV. FEJEZET

NYOMON KÖVETÉS ÉS ELLENŐRZÉS

23. cikk

Az anyagok felhasználása

(1) A tagállamok ellenőrzik, hogy az e rendelet értelmében finanszírozott programok keretében megvalósított vagy felhasznált tájékoztató és promóciós anyagok megfelelnek a közösségi szabályozásnak.

A tagállamok továbbítják a Bizottságnak a jóváhagyott anyagokat.

(2) Az (1) bekezdésben említett programok keretében létrehozott és finanszírozott anyagok – beleértve a grafikus, vizuális és audiovizuális alkotásokat és az internetes honlapokat is – később is felhasználhatók a Bizottság, az érintett javaslattevő szervezetek és a programok finanszírozásában részt vevő tagállamok előzetes írásbeli engedélyével, figyelembe véve a szerződő feleknek a szerződést szabályozó nemzeti jogból következő jogait.

24. cikk

A programok nyomon követése

(1) A 3/2008/EK rendelet 12. cikkének (1) bekezdésében említett ellenőrző csoport rendszeresen ülésezik az e rendelet értelmében finanszírozásban részesülő különböző programok előrehaladásának ellenőrzése céljából.

E célból az ellenőrző csoportot minden program esetében tájékoztatják a tervezett fellépések menetéről, a negyedéves és éves jelentésekről, valamint az e rendelet 18., 19. és 25. cikke alkalmazásában végrehajtott ellenőrzések eredményeiről.

A csoport elnöke az érintett tagállam képviselője. Több tagállamot érintő programok esetében a csoport elnöke az érintett tagállamok által kijelölt képviselő.

(2) A Bizottság tisztviselői és megbízottjai részt vehetnek az e rendelet alapján finanszírozásban részesülő programok keretében szervezett tevékenységekben.

25. cikk

Tagállami ellenőrzés

(1) Az érintett tagállam meghatározza az e rendelet értelmében finanszírozásban részesülő programokra és tevékenységekre vonatkozó legcélszerűbb ellenőrzési módot, és erről tájékoztatja a Bizottságot.

Minden évben az előző év folyamán lezárult programoknak legalább 20 %-át, de legalább két programot ellenőrizni kell, és az ellenőrzéseknek ki kell terjedniük az előző év folyamán lezárult programok teljes költségvetésének legalább 20 %-ára. A programok kiválasztásakor a mintavétel kockázatelemzés alapján történik.

A tagállam minden ellenőrzött programról jelentést küld a Bizottságnak, amelyben beszámol az elvégzett ellenőrzések eredményeiről és az észlelt rendellenességekről. A jelentést elkészülte után haladéktalanul továbbítani kell.

(2) A tagállam – különösen a szerződő szervezetnél és a végrehajtó szervezetnél végrehajtott műszaki és számviteli ellenőrzések révén – meghozza a szükséges intézkedéseket, hogy az alábbiakról meggyőződjék:

a) a szolgáltatott adatok és a benyújtott alátámasztó dokumentumok valódisága;

b) a 16. cikk (1) bekezdése szerinti szerződésben előírt összes kötelezettség teljesítése.

Az 1848/2006/EK bizottsági rendelet [1] sérelme nélkül a tagállam a lehető legrövidebb időn belül tájékoztatja a Bizottságot az ellenőrzések során feltárt szabálytalanságokról.

(3) Több tagállamot érintő programok esetében az érintett tagállamok megteszik a szükséges intézkedéseket ellenőrző tevékenységük összehangolására, és erről tájékoztatják a Bizottságot.

(4) A Bizottság bármikor részt vehet az (1), (2) és (3) bekezdésben előírt ellenőrzésekben. E célra a tagállamok illetékes nemzeti hatóságai az ellenőrzések előtt legalább harminc nappal továbbítják a Bizottságnak a tagállam által elvégzendő ellenőrzések előzetes ütemtervét.

A Bizottság ezenkívül minden olyan ellenőrzést elvégezhet, amelyet szükségesnek ítél.

26. cikk

A jogosulatlan kifizetések behajtása

(1) Jogosulatlan kifizetés esetén a kedvezményezett visszafizeti a szóban forgó összegeket, megnövelve a kifizetés és a kedvezményezett általi visszafizetés között eltelt időre felszámított kamattal.

Az alkalmazandó kamatlábat a 2342/2002/EK, Euratom rendelet 86. cikke (2) bekezdése b) pontjának megfelelően kell megállapítani.

(2) A visszafizetett összegeket, valamint a kamatokat a tagállamok kifizető ügynökségeinek vagy hatóságainak írják jóvá, azok pedig az EMGA-ból finanszírozott kiadásokból levonják őket a közösségi pénzügyi hozzájárulás arányában.

[1] HL L 355., 2006.12.15., 56. o.

27. cikk

Szankciók

(1) Csalás vagy súlyos gondatlanság esetén a javaslattevő szervezet az eredetileg kifizetett összeg és a ténylegesen járó összeg közötti különbség kétszeresét fizeti vissza.

(2) A 2988/95/EK, Euratom tanácsi rendelet ([1]) 6. cikkére is figyelemmel az e rendeletben megállapított levonásokat a közösségi jog vagy a nemzeti jog egyéb rendelkezéseinek értelmében esetlegesen alkalmazandó további szankciók sérelme nélkül kell alkalmazni.

V. FEJEZET

HATÁLYON KÍVÜL HELYEZÉS, ÁTMENETI ÉS ZÁRÓ RENDELKEZÉSEK

28. cikk

Hatályon kívül helyezés

Az 1071/2005/EK rendelet és az 1346/2005/EK rendelet hatályát veszti.

A hatályon kívül helyezett rendeletek azonban továbbra is alkalmazandók az olyan tájékoztató és promóciós programokra, amelyek finanszírozásáról a Bizottság e rendelet hatálybalépése előtt határozott.

A hatályon kívül helyezett rendeletekre történő hivatkozásokat e rendeletre kell érteni, és a IV. mellékletben foglalt megfelelési táblázat szerint kell értelmezni.

29. cikk

Hatálybalépés

Ez a rendelet az *Európai Unió Hivatalos Lapjában* való kihirdetését követő hetedik napon lép hatályba.

Ez a rendelet teljes egészében kötelező és közvetlenül alkalmazandó valamennyi tagállamban.

Kelt Brüsszelben, 2008. június 5-én.

a Bizottság részéről
Mariann FISCHER BOEL
a Bizottság tagja

([1]) HL L 312., 1995.12.23., 1. o.

I. MELLÉKLET

BELSŐ PIAC

A. **TÉMAKÖRÖK ÉS TERMÉKEK JEGYZÉKE**

— Friss gyümölcs és zöldség,

— feldolgozott gyümölcs és zöldség,

— rostlen,

— élő növények és díszkertészeti termékek,

— olívaolaj és étkezési olajbogyó,

— magvakból származó olajok,

— tej és tejtermékek,

— közösségi vagy nemzeti minőségbiztosítási rendszerrel összhangban előállított friss, hűtött vagy fagyasztott hús,

— emberi fogyasztásra szánt tojások címkézése,

— méz és méhészeti termékek,

— meghatározott termelőhelyről származó minőségi borok, földrajzi jelzéssel ellátott asztali borok,

— a legkülső régiók emblémája a mezőgazdasági jogi szabályozásnak megfelelően,

— az 509/2006/EK ([1]) és 510/2006/EK ([2]) tanácsi rendelet szerinti oltalom alatt álló eredetmegjelölés (OEM), oltalom alatt álló földrajzi jelzés (OFJ) vagy hagyományos különleges termék (HKT) és az ezen oltalmi rendszerek szerint bejegyzett termékek,

— a 2092/91/EGK tanácsi rendelet ([3]) értelmében vett biogazdálkodás, és az említett rendeletnek megfelelően bejegyzett termékek,

— baromfihús.

B. **IRÁNYVONALAK**

Ezen irányvonalak célja, hogy jelezzék, melyek azok az üzenetek, célcsoportok és kommunikációs csatornák, amelyeket a különböző termékkategóriákat érintő tájékoztató és promóciós intézkedések központjába kell állítani.

A 3/2008/EK rendelet 8. cikkének (1) bekezdésében foglalt elsőbbségi célok sérelme nélkül a programjavaslatokat általában az alábbi elvek figyelembevételével kell elkészíteni:

— a több mint egy tagállam által indítványozott programok esetében fontos, hogy a stratégiák, intézkedések és üzenetek összehangolt tartalmakat hordozzanak,

— célszerű, hogy a programok lehetőleg több évre szóljanak, és hogy hatásuk elég nagy legyen ahhoz, hogy jelentős befolyást fejtsenek ki a célpiacokon. A programokat adott esetben több tagállam piacain is meg lehet valósítani,

— fontos, hogy a programüzenetek tárgyilagos információt nyújtsanak a termékek alapvető sajátosságairól és/vagy a kiegyensúlyozott étrend keretében nyújtott tápértékükről, előállítási módjukról és környezetvédelmi érdemeikről,

— fontos, hogy a programoknak legyen olyan központi mondanivalója, amely több tagállamban is jelentős üzenetet közvetít a fogyasztók, a szakemberek és a kereskedelmi ágazat számára.

([1]) HL L 93., 2006.3.31., 1. o.
([2]) HL L 93., 2006.3.31., 12. o.
([3]) HL L 198., 1991.7.22., 1. o.

FRISS GYÜMÖLCS ÉS ZÖLDSÉG

1. **Helyzetértékelés**

Noha a zöldség- és gyümölcstermelés folyamatosan fejlődik, e termékek fogyasztása összességében állandó.

A fogyasztói érdeklődés hiánya figyelhető meg, amely a fiatal népesség – különösen az iskoláskorú gyermekek és serdülőkorúak – esetében még erősebb. Ez a magatartás árt a kiegyensúlyozott táplálkozásnak.

2. **Célok**

A cél a termékekről alkotott képnek a „frissesség" és a „természetesség" hangsúlyozásával való javítása, rendszeres fogyasztásuk ösztönzése, és a fogyasztói népességréteg fiatalítása. Ez utóbbi célt a fogyasztásnak a fiatalok, különösen az iskolai létesítményekben tanuló gyermekek és serdülőkorúak körében való ösztönzésével lehet elérni.

3. **Célcsoportok**

— Háztartások,

— iskolai létesítményekben tanuló gyermekek,

— közétkeztetés,

— orvosok és táplálkozási szakemberek.

4. **Főbb üzenetek**

— „Naponta ötször" típusú szemlélet előmozdítása (ajánlás, amely napi öt adag gyümölcs és zöldség fogyasztására ösztönöz). Ezt a szemléletet mindekelőtt a kifejezetten az iskolai létesítményekben tanuló gyermekeknek és serdülőkorúaknak szóló népszerűsítő intézkedések esetében kell érvényesíteni,

— természetes és friss termékek,

— minőség (biztonság, tápérték és érzékleti érték, termelési mód, környezetvédelem, származási hellyel való kapcsolat),

— élvezeti érték,

— kiegyensúlyozott étrend,

— a kapható friss zöldség és gyümölcs sokfélesége és idényjellege; tájékoztatás az termékek ízéről és felhasználásáról,

— visszakövethetőség,

— hozzáférhetőség és egyszerű elkészítés: sok gyümölcs és zöldség nem igényel főzést.

5. **Főbb kommunikációs csatornák**

— Elektronikus csatornák (a kínálatot bemutató internetes honlapok a gyermekeknek szóló online játékokkal),

— telefonos információs vonalak,

— PR-kapcsolatok a médiával és a reklámszakmával (pl. szakújságírók, női magazinok, ifjúsági magazinok és lapok stb.),

— kapcsolattartás orvosokkal és táplálkozási szakértőkkel,

— gyermekeknek és serdülőknek szóló oktatási intézkedések pedagógusok és oktatási intézményvezetők bevonásával,

— fogyasztótájékoztató intézkedések az értékesítési helyeken,

— egyéb csatornák (termékről szóló tájékoztatást és recepteket tartalmazó szórólapok és prospektusok, gyermekjátékok stb.),

— vizuális média (mozi, szakosodott tv-csatornák),

— rádióhirdetések,

— részvétel vásárokon.

6. **A programok időtartama**

12–36 hónap, elsőbbséget biztosítva a minden egyes szakaszra célokat megállapító többéves programoknak.

FELDOLGOZOTT GYÜMÖLCS ÉS ZÖLDSÉG

1. **Helyzetértékelés**

Az ágazat számos harmadik országbeli termelő egyre erősebb versenyével néz szembe.

Mivel – különösen e termékek könnyű fogyaszthatósága miatt – fokozatosan növekszik a kereslet, fontos, hogy a közösségi iparág ki tudja használni az ebben rejlő előnyöket. Ezért indokolt támogatni a tájékoztató és promóciós intézkedéseket.

2. **Célok**

Megújítani és megfiatalítani a termékről alkotott képet, és biztosítani a fogyasztás ösztönzését elősegítő tájékoztatást.

3. **Célcsoportok**

— Háztartások,

— közétkeztetés és iskolai étkezdék,

— orvosok és táplálkozási szakértők.

4. **Főbb üzenetek**

— Minőség (élelmiszer-biztonság, tápérték és érzékleti érték, termelési mód, környezetvédelem, származási hellyel való kapcsolat),

— egyszerű elkészítés,

— élvezeti érték,

— egész évben hozzáférhető bőséges választék,

— kiegyensúlyozott étrend,

— visszakövethetőség.

5. **Főbb kommunikációs csatornák**

— Elektronikus csatornák (internetes honlapok),

— telefonos információs vonalak,

— PR-kapcsolatok a médiával és a reklámszakmával (pl. szaklapok, női magazinok, szakácskönyvek stb.),

— értékesítési pontokon rendezett termékbemutatók,

— kapcsolattartás orvosokkal és táplálkozási szakemberekkel,

— egyéb csatornák (termékeket és recepteket leíró szórólapok és prospektusok),

— vizuális média,

— részvétel vásárokon.

6. **A programok időtartama**

12–36 hónap, elsőbbséget biztosítva a minden egyes szakaszra célokat kijelölő többéves programoknak.

ROSTLEN

1. **Helyzetértékelés**

A textil- és ruhaneműk nemzetközi kereskedelmének liberalizációja miatt a közösségi rostlen kiélezett versenyben áll a Közösségen kívülről származó, rendkívül előnyös áron kínált rostlennel. Ezenkívül egyéb textilanyagokkal is versenyeznie kell. Ráadásul a textiltermékek fogyasztása stagnáló tendenciát mutat.

2. **Célok**

— A közösségi rostlenről kialakult kép, illetve ismertségének javítása, és különleges tulajdonságainak kidomborítása,

— e termék fogyasztásának növelése,

— a fogyasztók tájékoztatása a piacra vitt új termékek jellemzőiről.

3. **Célcsoportok**

— Főbb szakmabeliek (stiliszták, divattervezők, iparművészek, gyártók, lapszerkesztők),

— forgalmazók,

— a textilágazat, a divatszakma és a lakberendezési mesterség szakoktatási intézményei (oktatók és diákok),

— a közvélemény formálói,

— fogyasztók.

4. **Főbb üzenetek**

— A nyersanyag előállítási feltételeiből, a lenfajták megválasztásából adódó minőség és az előállítási folyamatban részt vevő szereplők szakértelme,

— a közösségi rostlenkínálatnak mind a termékek (ruházat, dekoráció, háztartási lenvászon), mind pedig a tervezés és az újítás terén megnyilvánuló nagy választéka és bősége.

5. **Főbb kommunikációs csatornák**

— Elektronikus csatornák (internetes honlapok),

— szakmai bemutatók és vásárok,

— a termékek előállítási folyamatában részt vevők (tervezők, gyártók, forgalmazók, lapszerkesztők) számára készített tájékoztató kampányok,

— az értékesítési helyeken nyújtott tájékoztatás,

— kapcsolatok a szaksajtóval,

— oktatási tájékoztató intézkedések textilmérnök- és divattervező-képzéseken stb.

6. **A programok időtartama**

12–36 hónap, elsőbbséget biztosítva a minden egyes szakaszra célokat kijelölő többéves programoknak.

ÉLŐ NÖVÉNYEK ÉS DÍSZKERTÉSZETI TERMÉKEK

1. **Általános helyzetértékelés**

Az ágazati kínálatot a közösségi és a harmadik országokból származó termékek közötti fokozódó verseny jellemzi.

Az 1997 és 2000 között folytatott promóciós kampányok értékelő tanulmányai arra engednek következtetni, hogy a közösségi termékek Közösségen belüli értékesítésének előmozdításához a termesztőtől a forgalmazóig terjedő előállítási lánc egészét jobban meg kell szervezni, és ésszerűsíteni kell, valamint a fogyasztókat részletesebben kell tájékoztatni a közösségi termékek sajátos tulajdonságairól és választékáról.

2. **Célok**

— A közösségi eredetű növények és virágok fogyasztásának ösztönzése,

— a környezetbarát eljárások ösztönzése, és a környezetet tiszteletben tartó termelési módok jobb megismertetése,

— a különböző tagállamok szakemberei közötti partnerség megerősítése, különösen a legfrissebb ismereteknek az ágazaton belüli átadása és a termelési lánc összes résztvevőjének jobb tájékoztatása érdekében.

3. **Célcsoportok**

— Termelők, faiskolák, forgalmazók és az ágazatban működő egyéb szereplők,

— diákok és iskoláskorúak,

— a véleményformálók: újságírók, pedagógusok,

— fogyasztók.

4. **Főbb üzenetek**

— A közösségi termékek minőségére és választékára vonatkozó információk,

— a környezetet tiszteletben tartó termesztési módszerek,

— a tartósabb termékek előállítására irányuló technikák,

— a növény- és virágfajták optimális sokfélesége,

— a növények és a virágok hozzájárulása a jólléthez és életminőséghez.

5. **Főbb kommunikációs csatornák**

— Kapcsolat a médiával,

— bemutatók és vásárok, több tagállam termékeit bemutató kiállítóstandok,

— a szakembereknek, a fogyasztóknak és a diákoknak szervezett képzési intézkedések,

— a termékek tartósságának növelésével kapcsolatos ismeretcserét szolgáló intézkedések,

— fogyasztótájékoztatási intézkedések sajtó útján, illetve olyan kezdeményezések révén, mint pl. katalógusok és kertészeti naptárak kiadása, vagy adott esetben „A hónap növénye" kampányok,

— az elektronikus eszközök (internet, CD-ROM stb.) fokozottabb használata.

6. **A programok időtartama**

12–36 hónap, elsőbbséget biztosítva a minden egyes szakaszra célokat kijelölő többéves programoknak.

OLÍVAOLAJ ÉS ÉTKEZÉSI OLAJBOGYÓ

1. **Általános helyzetértékelés**

Míg az olívaolaj és az étkezési olajbogyó kínálata növekszik, a Közösség piaci egyensúlyának fenntartásában fontos szerep jut a nemzeti és nemzetközi piacok értékesítő helyeinek. A hagyományos fogyasztói piacok keresleti szintje erősen eltér azon piacokétól, ahol az olívaolaj és az étkezési olajbogyó viszonylag újdonságnak számít.

A „hagyományos fogyasztó" tagállamokban (Spanyolország, Olaszország, Görögország és Portugália), az érintett termékek rendszerint közismertek, és fogyasztásuk szintje magas. Ezek olyan érett piacok, ahol az összkereslet valószínűleg nem fog növekedni, de amelyek – figyelembe véve az olívaolaj-fogyasztásban elfoglalt jelenlegi részesedésüket – az ágazat szempontjából továbbra is fontosak maradnak.

Az „új fogyasztó" tagállamokban az egy főre eső fogyasztás nőtt, de még mindig viszonylag alacsony (a 2004. április 30-i összetétel szerinti Közösségben), sőt esetenként (a 2004. május 1-jén csatlakozott tagállamok többségében) elhanyagolható. Számos fogyasztó nem ismeri az olívaolaj és az étkezési olajbogyó erényeit és különféle felhasználási módjait. E piac tehát a kereslet fejlődésének több perspektíváját hordozza.

2. **Célok**

— Elsősorban a fogyasztás növelése az „új fogyasztó" tagállamokban egyrészt e termékek piaci jelenlétének növelésével, másrészt felhasználási módjaik változatosabbá tételével, illetve az ehhez szükséges tájékoztatás megadásával,

— a fogyasztás megerősítése és fejlesztése a „hagyományos fogyasztó" tagállamokban a termékek kevésbé ismert vetületeire vonatkozó fogyasztói tájékoztatás javításával, és a népesség fiatal rétegeiben a fogyasztói hűség kialakításával.

3. **Célcsoportok**

— A bevásárlást intéző személyek: a „hagyományos fogyasztó" tagállamokban elsősorban a 20 és 40 év közöttiek,

— véleményformálók (gasztronómiai szakértők, főszakácsok, vendéglősök, újságírók), általános sajtó és szaksajtó (gasztronómiai és női lapok, különféle életmódmagazinok),

— orvosi és paramedikális sajtó,

— forgalmazók (az „új fogyasztó" tagállamokban).

4. **Főbb üzenetek**

— A szűz olívaolaj gasztronómiai tulajdonságai és érzékszervi jellemzői (zamat, szín, íz) fajta, termelési terület, betakarítási év, oltalom alatt álló eredetmegjelölés/földrajzi jelzés stb. szerint. Ez a változatosság a gasztronómiai hatások és felhasználási lehetőségek nagy választékát nyújtja,

— az olívaolajnak különféle kategóriái vannak,

— táplálkozási tulajdonságai miatt az olívaolaj az egészséges és kiegyensúlyozott étrend fontos eleme, amely a kulináris örömöket sikeresen párosítja az egészséges és kiegyensúlyozott táplálkozás követelményeivel,

— tájékoztatás az olívaolajok minőségi ellenőrzésére és tanúsítására, illetve címkézésére vonatkozó előírásokról,

— tájékoztatás a Közösségben oltalom alatt álló eredetmegjelölésként (OEM) vagy oltalom alatt álló földrajzi jelzésként (OFJ) nyilvántartott összes olívaolajra és/vagy étkezési olajbogyóra vonatkozóan,

— az étkezési olajbogyó egészséges és természetes termék, amely éppúgy alkalmas közvetlen fogyasztásra mint kifinomult ételek készítésére,

— az étkezési olajbogyó különböző fajtáinak jellemzői,

különösen az „új fogyasztó” tagállamokban:

— az olívaolaj, különösen pedig az extraszűz olívaolaj olyan, a hagyományon és ősi szakértelmen alapuló természetes termék, amely megfelel az ízekben gazdag modern konyha igényeinek; könnyen illeszkedik a mediterrán konyhához, de minden egyéb modern konyhához is,

— felhasználási javaslatok,

különösen a „hagyományos fogyasztó” tagállamokban:

— az üveges (a fogyasztó számára hasznos információt tartalmazó címkével ellátott) olívaolaj vásárlásának előnyei,

— egy nagy múltú és jelentős kulturális hagyományokkal rendelkező termékről alkotott kép megújítása.

A 4. cikk (3) bekezdésének sérelme nélkül az olívaolaj és az étkezési olajbogyó táplálkozási tulajdonságaira vonatkozó információknak az általánosan elfogadott tudományos adatokon kell alapulniuk, és meg kell felelniük a 2000/13/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvben [1] megállapított követelményeknek.

5. **Főbb kommunikációs csatornák**

— Internet és más elektronikus eszközök (CD-ROM, DVD stb.),

— az értékesítési pontokon végzett promóció (kóstolók, receptek, tájékoztató anyagok terjesztése),

— sajtó- és közönségkapcsolatok (rendezvények, részvétel fogyasztói vásárokon stb.),

— hirdetések (vagy hirdetésjellegű újságcikkek) a sajtóban (általános, gasztronómiai, női és életmódmagazinok),

— együttes akciók az orvosi és a természetgyógyász szakmával (közönségkapcsolatok orvosi körökben),

— audiovizuális kommunikációs eszközök (televízió és rádió),

— részvétel vásárokon.

6. **A programok időtartama és terjedelme**

12–36 hónap, elsőbbséget biztosítva a minden egyes szakaszra célokat megállapító többéves programoknak.

Azok a programok részesülnek előnyben, amelyek megvalósítását legalább két „új fogyasztó” tagállamban tervezik.

MAGVAKBÓL SZÁRMAZÓ OLAJAK

Ebben az ágazatban azok a programok élveznek elsőbbséget, amelyek a repceolajra összpontosítanak, vagy a különböző magvakból származó olajok jellegzetességeit mutatják be.

A. *REPCEOLAJ*

1. **Általános helyzetértékelés**

A közös agrárpolitika reformjának következtében a repceolajtermelés nem részesül külön támogatásban, és igazodnia kell a piac szükségleteihez. A nagyobb termelési lehetőségeket kínáló és a strukturális túltermeléssel jellemezhető gabonatermesztés alternatíváját jelentő repceolaj promóciója hozzájárul a szántóföldi növények piaci egyensúlyának megteremtéséhez és a különféle növényi olajok közösségi fogyasztásához. A Közösség jelenleg a repceolaj nettó exportőre.

[1] HL L 109., 2000.5.6., 29. o.

Az elmúlt évtizedekben értékes táplálkozási tulajdonságokkal bíró repcefajtákat fejlesztettek ki. Ez a minőség javulását eredményezte. Új termékeket fejlesztettek ki, így például a hidegen sajtolt, sajátos mogyoróízű repceolajokat.

A repceolaj tápértékével kapcsolatban világszerte kutatások folynak, amelyek eredményei alátámasztják a termék előnyös élelmezési és élettani jellegzetességeit. A legfrissebb kutatási eredményekről tájékoztatni kell az orvosokat, a táplálkozási szakembereket és a fogyasztókat.

2. **Célok**

— Megismertetni a repceolaj jellegzetességeit és legújabb fejlődését,

— növelni a fogyasztást a repceolaj használatáról és tápértékéről szóló, a fogyasztók, illetve az orvosi és a természetgyógyász szakma részére nyújtott tájékoztatással.

3. **Célcsoportok**

— Háztartások, különösen a bevásárlást intéző személyek,

— véleményformálók (újságírók, konyhafőnökök, orvosok és táplálkozási szakemberek),

— forgalmazók,

— orvosi és természetgyógyászati sajtó,

— élelmiszeripar.

4. **Főbb üzenetek**

— Tápértéke miatt a repceolaj a kiegyensúlyozott és egészséges táplálkozás lényeges eleme,

— a repceolaj zsírsavösszetétele előnyös,

— felhasználási javaslatok,

— a termék fejlődéséről és fajtaváltozatairól szóló tájékoztatás.

A 4. cikk (3) bekezdésének sérelme nélkül a repceolaj táplálkozástani tulajdonságaira vonatkozó információknak az általánosan elfogadott tudományos adatokon kell alapulniuk, és meg kell felelniük a 2000/13/EK irányelvben megállapított követelményeknek.

5. **Főbb kommunikációs csatornák**

— Az értékesítési pontokon végzett promóció (kóstolók, receptek, tájékoztató anyagok terjesztése),

— hirdetések (vagy hirdetésjellegű újságcikkek) a sajtóban (általános, gasztronómiai, női és életmódmagazinok),

— közönségkapcsolatok (rendezvények, részvétel élelmiszer-ipari vásárokon),

— együttes fellépés az orvosi és a természetgyógyász szakmával,

— együttes fellépés éttermekkel, a vendéglátóipari ágazattal és a konyhafőnökökkel,

— internet.

6. **A programok időtartama**

12–36 hónap.

B. *NAPRAFORGÓOLAJ*

A napraforgóolaj programjai csak akkor élveznek elsőbbséget, ha a piaci viszonyok ezt indokolják.

1. **Általános helyzetértékelés**

A Közösségben több mint 2 millió hektár a napraforgó vetésterülete, és a napraforgómag-termelés meghaladja az évi 3,5 millió tonnát. A Közösségben fogyasztott napraforgóolajat elsősorban a Közösségben termesztett napraforgómagból állítják elő. A sajtolás volumenének visszaesése azonban a 2004/2005-ös gazdasági évben csökkentette a közösségi napraforgóolaj-termelést. Mivel a világpiaci árak emelkedőben vannak, és ellátási hiány léphet fel, a csak a napraforgóolajra összpontosító programok nem élveznek elsőbbséget. E programok mindazonáltal részét alkothatják olyan programoknak, amelyek többféle, közösségi eredetű magból sajtolt olajra hívják fel a figyelmet.

Bizonyos felhasználási területeken, amilyen például az olajban sütött ételek készítése, a napraforgóolaj különösen fontos termék. Ezenkívül telítetlen zsírsavakban és E-vitaminban gazdag. E kampányok célja a fogyasztók, a kereskedők és a forgalmazók tájékoztatása a napraforgóolaj különféle felhasználási területeiről, típusairól és jellegzetességeiről, valamint a minőségére vonatkozó közösségi jogi szabályozásról. A kampányokat a tárgyilagos tájékoztatás szellemében kell megtervezni.

2. **Célok**

A fogyasztók és az ágazat szakembereinek tájékoztatása a következőkről:

— a napraforgóolaj különböző felhasználási területei, jellegzetességei és tápértéke,

— a minőségre vonatkozó jogi szabályozás és szabványok, a címkézés szabályai.

3. **Célcsoportok**

— Háztartások, különösen a bevásárlást intéző személyek,

— a véleményformálók (újságírók, konyhafőnökök, orvosok és táplálkozási szakemberek),

— forgalmazók,

— élelmiszeripar.

4. **Főbb üzenetek**

A programok főbb üzeneteinek a következőkről kell tájékoztatniuk:

— a napraforgóolaj megfelelő felhasználásának előnyei, a napraforgómagból előállított olaj más növényi olajokhoz képest magas E-vitamin-tartalma, a napraforgóolaj sokak által értékelt könnyű zamata és jellegzetességei, amelyek kiváló sütőolajjá teszik,

— a napraforgóolaj minőségét szabályozó jogszabályok és szabványok,

— a napraforgóolaj zsírsavösszetétele és tápértéke,

— a napraforgóolajjal és más növényi olajokkal kapcsolatos tudományos kutatás és technikai fejlődés eredményei.

A 4. cikk (3) bekezdésének sérelme nélkül a napraforgóolaj táplálkozástani tulajdonságaira vonatkozó információknak az általánosan elfogadott tudományos adatokon kell alapulniuk, és meg kell felelniük a 2000/13/EK irányelvben megállapított követelményeknek.

5. **Főbb kommunikációs csatornák**

— Tájékoztató anyagok terjesztése az értékesítési pontokon (eladási és kereskedelmi pontok),

— hirdetések (vagy reklámtartalmú újságcikkek) az általános, a gasztronómiai, a női, illetve életmódmagazinokban,

— közönségkapcsolatok (rendezvények, részvétel élelmiszeripari vásárokon),

— internet.

6. **A programok időtartama**

12–36 hónap.

TEJ ÉS TEJTERMÉKEK

1. **Általános helyzetértékelés**

A folyékony tejtermékek fogyasztása különösen a jelentős tejfogyasztó országokban esett vissza, főleg a fiatalokat megcélzó üdítőitalok által támasztott verseny következtében. A különféle tejpótló termékek fogyasztása fokozatosan felváltja a folyékony tejtermékek fogyasztását. Ezzel szemben a tejtermékek tejmennyiségben kifejezett fogyasztásának általános növekedése figyelhető meg.

2. **Célok**

— A folyékony tej fogyasztásának növelése a növekedés lehetőségével rendelkező piacokon és a fogyasztási színvonal fenntartása a telített piacokon,

— a tejtermékek fogyasztásának növelése általában,

— a fiatalok – a jövőbeli felnőtt fogyasztók – tej- és tejtermékfogyasztásra való bátorítása.

3. **Célcsoportok**

A fogyasztók általában, és különösen a következő csoportok:

— gyermekek és serdülők, különösen a 8–13 év közötti lányok,

— a nők különféle korcsoportjai,

— időskorúak.

4. **Főbb üzenetek**

— A tej és a tejtermékek egészséges és természetes termékek, amelyek illeszkednek a korszerű életmódhoz, és amelyek fogyasztása élvezetes,

— a tej és a tejtermékek különleges, bizonyos korcsoportok esetében különösen jótékony hatású tápértékkel bírnak,

— az üzenetek tartalmának pozitívnak kell lenniük, és figyelembe kell venniük a fogyasztásnak a különböző piacokon tapasztalható sajátos jellegét,

— a tejtermékek széles, a különféle fogyasztói típusokra és fogyasztási helyzetekre szabott választékkal rendelkeznek,

— alacsony zsírtartalmú tejek és tejtermékek is léteznek: ezek bizonyos fogyasztók igényeinek jobban megfelelnek,

— lényeges a főbb üzeneteknek a program teljes időtartama alatt való folyamatos ismétlése, hogy a fogyasztókat meg lehessen győzni az e termékek rendszeres fogyasztásával járó előnyökről.

A 4. cikk (3) bekezdésének sérelme nélkül a tej és tejtermékek táplálkozástani tulajdonságaira vonatkozó információknak általánosan elfogadott tudományos adatokon kell alapulniuk, és meg kell felelniük a 2000/13/EK irányelvben megállapított követelményeknek.

5. **Főbb kommunikációs csatornák**

— Elektronikus csatornák,

— telefonos információs vonalak,

— kapcsolattartás a médiával és a reklámszakmával (szaklapok, női magazinok, ifjúsági lapok stb.),

— kapcsolattartás orvosokkal és táplálkozási szakemberekkel,

— kapcsolattartás pedagógusokkal és iskolákkal,

— egyéb csatornák (szórólapok, prospektusok, gyermekjátékok stb.),

— értékesítési pontokon rendezett termékbemutatók,

— vizuális média (mozi, szakosodott televíziócsatornák),

— rádióhirdetések,

— részvétel kiállításokon és vásárokon.

6. **A programok időtartama és terjedelme**

12–36 hónap, elsőbbséget biztosítva a minden egyes szakaszra célokat megállapító többéves programoknak.

KÖZÖSSÉGI VAGY NEMZETI MINŐSÉGBIZTOSÍTÁSI RENDSZERREL ÖSSZHANGBAN ELŐÁLLÍTOTT FRISS, HŰTÖTT VAGY FAGYASZTOTT HÚS

1. **Általános helyzetértékelés**

A nagyszámú állati eredetű terméket érintő egészségügyi problémák aláhúzták, hogy meg kell erősíteni a fogyasztóknak a közösségi eredetű hústermékekbe vetett bizalmát.

Ahhoz, hogy ez sikerüljön, tárgyilagos tájékoztatást kell nyújtani a közösségi és nemzeti minőségbiztosítási rendszerekről, és azokról az ellenőrzésekről, amelyeket ezen túlmenően még az ellenőrzésre és élelmiszer-biztonságra vonatkozó általános jogszabályok is megkövetelnek. E szabályok és ellenőrzések a termékdokumentációra és a kiegészítő ellenőrző rendszerekre vonatkozó előírásokkal további biztosítékot nyújtanak.

2. **Célok**

— E tájékoztató kampányoknak azokra a termékekre kell korlátozódniuk, amelyeket az európai minőségbiztosítási rendszerek keretében (oltalom alatt álló eredetmegjelölés (OEM), oltalom alatt álló földrajzi jelzés (OFJ), hagyományos különleges termék (HKT) és biogazdálkodás) vagy az 1698/2005/EK rendelet 24b. cikkében lefektetett elveknek megfelelően a tagállamok által elismert minőségbiztosítási szabályozással összhangban állítottak elő. E rendelet 10. cikke (4) bekezdésének sérelme nélkül az e rendelet alapján támogatott tájékoztató kampányok az 1698/2005/EK rendelet címén nem támogathatók,

— céljuk a hústermékek biztonságára vonatkozó közösségi és tagállami minőségszabályozási rendszerekről szóló teljes és tárgyilagos tájékoztatás biztosítása. Tájékoztatniuk kell a fogyasztókat, a közvélemény alakítóit és a termékdokumentáció forgalmazóit a minőségbiztosítási rendszerekhez tartozó termékekről és az ellenőrzések valódiságáról.

3. **Célcsoportok**

— Fogyasztók és fogyasztói egyesületek,

— a háztartási bevásárlásokat intéző személyek,

— intézmények (éttermek, kórházak, iskolák stb.),

— forgalmazók és forgalmazói társulások,

— újságírók és a közvélemény alakítói.

4. **Főbb üzenetek**

— A minőségbiztosítási rendszerek garantálják az előállítás sajátos módját és a jogszabályokban előírtnál szigorúbb ellenőrzést,

— a minőségi hústermékek sajátos tulajdonságokkal rendelkeznek vagy a kereskedelmi forgalomban szokásosan előírtnál jobb minőségűek,

— a közösségi és nemzeti minőségbiztosítási rendszerek átláthatóak, és biztosítják a termékek tökéletes visszakövethetőségét,

— a hústermékek címkézése lehetővé teszi, hogy a fogyasztó azonosítsa a minőségi termékeket, azok eredetét és jellegzetességeit.

5. **Főbb kommunikációs csatornák**

— Internet,

— a médiával és a reklámszakmával (tudományos és szaksajtó, női magazinok, konyhaművészeti lapok és folyóiratok) együtt lefolytatott PR-intézkedések,

— kapcsolattartás a fogyasztói egyesületekkel,

— audiovizuális kommunikációs eszközök,

— írásbeli dokumentáció (prospektusok, brosúrák stb.),

— az értékesítési pontokon nyújtott tájékoztatás.

6. **A programok időtartama és terjedelme**

A programoknak legalább egy tagállam egész területére vagy több tagállamra ki kell terjedniük.

12–36 hónap, elsőbbséget biztosítva a minden egyes szakaszra célokat megállapító többéves programoknak.

AZ EMBERI FOGYASZTÁSRA SZÁNT TOJÁSOK CÍMKÉZÉSE

1. **Általános helyzetértékelés**

Az 1028/2006/EK tanácsi rendelet [1] 4. cikke (1) bekezdésének megfelelően valamennyi, emberi fogyasztásra szánt tojás héjára egy, a termelőt és a tojótyúktenyésztés során alkalmazott módszert azonosító kódot kell pecsételni. A kódot a tenyésztési módszert azonosító szám (0 = biotenyésztés, 1 = szabadföldi tenyésztés, 2 = ól, 3 = ketrec), a tenyésztő üzem helye szerinti tagállam ISO-kódja, valamint a hatáskörrel rendelkező hatóság által a tenyésztő üzemhez rendelt szám alkotja.

2. **Célok**

— A fogyasztók tájékoztatása a tojásjelölés új szabályairól, és teljes körű felvilágosítás a tojásokra nyomott kódok jelentéséről,

— tájékoztatásnyújtás a tojástermelés módszereiről a tojásokra nyomott kódok segítségével,

— tájékoztatásnyújtás a hatályban lévő visszakövetési rendszerekről.

3. **Célcsoportok**

— Fogyasztók és forgalmazók,

— a közvélemény alakítói.

[1] HL L 186., 2006.7.7., 1. o.

4. **Főbb üzenetek**

— Megismertetni a 2002/4/EK bizottsági irányelv ([1]) alapján a tojásokra nyomott új kódokat, felvilágosítást adni azok jelentéséről, és elmagyarázni a kódok által jelzett különféle tojáskategóriák jellegzetességeit,

— az üzenetek nem kedvezhetnek egyik tenyésztési módszernek sem, és nem tartalmazhatnak a tojások tápértékére vagy egészségi hatására vonatkozó állítást. A különböző tagállamokból származó tojások közötti megkülönböztetés tilos.

5. **Főbb kommunikációs csatornák**

— Elektronikus csatornák (internetes honlap stb.),

— nyomtatott anyagok (prospektusok, szórólapok stb.),

— tájékoztatás az értékesítési pontokon,

— hirdetések a sajtóban, étkezési témájú lapokban, női magazinokban stb.,

— médiakapcsolatok.

6. **A program időtartama**

12–24 hónap.

MÉZ ÉS MÉHÉSZETI TERMÉKEK

1. **Általános helyzetértékelés**

A Közösség igen kevés közösségi támogatásban részesülő minőségi méz- és méhészeti ágazata fokozódó világversennyel néz szembe. A helyzetet súlyosbítják a magas termelési költségek.

2001 óta az ágazatra a 2001/110/EK tanácsi irányelv ([2]) vonatkozik, amelynek értelmében kötelező a minőséget a származási hellyel összekapcsoló címkézés. A támogatásban részesülő programoknak alapvetően a közösségi mézre és méhészeti termékekre kell vonatkozniuk, a regionális, területi vagy földrajzi eredetre vonatkozó kiegészítő megjelöléssel, illetve olyan minőségi címkékre, amelyeket vagy a Közösség (oltalom alatt álló eredetmegjelölés (OEM), oltalom alatt álló földrajzi jelzés (OFJ), hagyományos különleges termék (HKT), „biogazdálkodásból eredő termék") vagy egy tagállam ismert el.

2. **Célok**

— A fogyasztók tájékoztatása a közösségi méhészeti termékek változatosságáról, érzékszervi tulajdonságairól és előállítási feltételeiről,

— a fogyasztók tájékoztatása a szűretlen és pasztőrözetlen közösségi mézek tulajdonságairól,

— a fogyasztók segítése a közösségi méz címkézésének megértésében, és a termelők ösztönzése a könnyebben érthető címkék készítésére,

— a fogyasztásnak a minőségi termékek irányába való terelése azáltal, hogy felhívják a figyelmet a termékek visszakövethetőségére.

3. **Célcsoportok**

— Fogyasztók, különösen a 20 és 40 év közöttiek,

— idősek és gyermekek,

— a vélemény formálói.

4. **Főbb üzenetek**

— Tájékoztatás a biztonságra, a higiénikus termelésre, a minőség tanúsítására és a címkézésre vonatkozó közösségi jogszabályokról,

— a méz hagyományon és bevált szakértelmen alapuló természetes termék, amely a modern konyhában sokféleképpen felhasználható,

— különféle földrajzi és növényi eredetű és különféle évszakokból származó mézek nagy választéka,

— a felhasználásra és a tápértékre vonatkozó tanácsok,

— a biológiai sokféleség fenntartása érdekében alapvetően fontos biztosítani a beporzást.

([1]) HL L 30., 2002.1.31., 44. o.
([2]) HL L 10., 2002.1.12., 47. o.

5. **Főbb kommunikációs csatornák**

— Hirdetések az általános és szaksajtóban (gasztronómiai és életmódmagazinok),

— internet, mozi és az audiovizuális kommunikáció egyéb módjai (televízió, rádió),

— értékesítési pontok,

— részvétel kiállításokon és vásárokon,

— a nagyközönségnek szánt PR-intézkedések, az éttermekben és vendéglátóipari egységekben szervezett akciókat tartalmazó események rendezése,

— tájékoztatás az iskolákban (a szálloda- és vendéglátó-ipari iskolák oktatóinak és hallgatóinak szóló útmutatások).

6. **A programok időtartama és terjedelme**

12–36 hónap, elsőbbséget biztosítva a minden egyes szakaszra stratégiát és megfelelően megindokolt célokat megállapító többéves programoknak.

MEGHATÁROZOTT TERMŐHELYRŐL SZÁRMAZÓ MINŐSÉGI BOROK, FÖLDRAJZI JELZÉSSEL ELLÁTOTT ASZTALI BOROK

1. **Általános helyzetértékelés**

Az ágazatot a bőséges termelés jellemzi, amely azonban a fogyasztás stagnálásával, sőt egyes borfajták esetében hanyatló tendenciájával, illetve a harmadik országokból származó kínálat növekedésével néz szembe.

2. **Célok**

— A közösségi eredetű borok fogyasztásának növelése,

— a fogyasztók tájékoztatása az európai borok választékáról, minőségéről, előállítási feltételeiről, valamint a tudományos tanulmányok eredményeiről.

3. **Célcsoportok**

— Forgalmazók,

— fogyasztók, kivéve a 2001/458/EK tanácsi ajánlásban [1] említett fiatalokat és serdülőkorúakat,

— a vélemény formálói: újságírók, gasztronómiai szakemberek,

— a szálloda- és vendéglátóipar oktatási intézményei.

4. **Főbb üzenetek**

— A közösségi jogszabályok, amelyek szigorú szabályokat tartalmaznak a termelésre, a minőségről tett megállapításokra, a címkézésre és a forgalmazásra vonatkozóan, biztosítják a fogyasztók részére a kínált borok minőségét és visszakövethetőségét,

— a különféle eredetű európai borok igen nagy választékából való választás lehetőségének öröme,

— tájékoztatás a közösségi bortermelésről, és annak a regionális és helyi feltételekhez, kultúrákhoz és ízekhez való kapcsolódásáról.

5. **Főbb kommunikációs csatornák**

— Tájékoztatási akciók és PR-kapcsolatok,

— a forgalmazók és a vendéglátóiparban tevékenykedők képzése,

— kapcsolattartás a szaksajtóval,

— egyéb csatornák (internetes honlap, szórólapok és prospektusok), amelyek segítik a fogyasztókat a választásban és kialakítják a bor fogyasztására alkalmas alkalmakat (családi rendezvényekkor, ünnepek stb.),

— vásárok és kiállítások: több tagállam termékeit bemutató standok.

6. **A programok időtartama**

12–36 hónap, elsőbbséget biztosítva a minden egyes szakaszra célokat megállapító többéves programoknak.

[1] HL L 161., 2001.6.16., 38. o.

AZ OLTALOM ALATT ÁLLÓ EREDETMEGJELÖLÉSSEL (OEM), AZ OLTALOM ALATT ÁLLÓ FÖLDRAJZI JELZÉSSEL (OFJ) VAGY A HAGYOMÁNYOS KÜLÖNLEGES TERMÉK (HKT) JELZÉSSEL ELLÁTOTT TERMÉKEK

1. **Helyzetértékelés**

Az 509/2006/EK és az 510/2006/EK rendeletben biztosított közösségi terméknévoltalmi rendszer a közös agrárpolitika „minőség" című fejezetének megvalósítása során elsőbbséget élvez. Ezért folyamatosan törekedni kell arra, hogy az oltalom alatt álló elnevezésekkel és termékekkel az e termékek gyártási, előállítási, értékesítési és fogyasztási láncolatában részt vevő minden potenciális szereplő megismerkedjen.

2. **Célok**

A tájékoztató és promóciós kampányoknak nem szabad egyetlen vagy kis számú terméknévre összpontosítaniuk, hanem inkább elnevezések csoportjaira, a termékek bizonyos kategóriáira, illetve egy vagy több földrajzi területen, vagy egy vagy több tagállamban előállított termékre kell vonatkozniuk.

E kampányoknak a következő célokat kell kitűzniük:

— Széles körű tájékoztatás nyújtása e rendszerek tartalmáról, működéséről és közösségi jellegéről és különösen e jelöléseknek az oltalom alatt álló neveket viselő termékek kereskedelmi értékére gyakorolt hatásáról, hiszen ezek jegyzékbe vételük pillanatától fogva élvezik az e rendszerek biztosította oltalmat,

— az OEM, OFJ és HKT közösségi emblémák ismertségének növelése a fogyasztók, a forgalmazók és az élelmiszeripari szakemberek körében,

— az e rendszerekben még részt nem vevő termelői és feldolgozó csoportok bátorítása, hogy használják a rendszert a jegyzékbe vétel alapvető feltételeit kielégítő termékek nevének bejegyeztetésével,

— az e rendszerekben még részt nem vevő termelői és feldolgozó csoportok bátorítása, hogy – a jóváhagyott termékleírások és a különféle oltalom alatt álló elnevezésekkel kapcsolatban megállapított ellenőrzési követelmények tiszteletben tartásával – vegyenek részt a jegyzékbe vett elnevezéseket viselő termékek előállításában,

— az érintett termékek keresletének ösztönzése a fogyasztóknak és a forgalmazóknak a rendszerek létéről, jelentőségéről és előnyeiről nyújtott tájékoztatással, valamint az emblémákról, az elnevezések odaítélésének feltételeiről, az ellenőrzésről és a visszakövetési rendszerről adott felvilágosítással.

3. **Célcsoportok**

— Termelők és feldolgozók,

— forgalmazók (áruházak, nagykereskedők, kiskereskedők, csemegeboltosok, étkezdék, éttermek),

— fogyasztók és azok egyesületei,

— a közvélemény formálói.

4. **Főbb üzenetek**

— Az olyan termékek, amelyek elnevezése védett, a földrajzi származásukra jellemző sajátos tulajdonságokkal bírnak. Az OEM emblémát hordozó termékekkel kapcsolatban, azok minősége, illetve tulajdonságai alapvetően vagy kizárólagosan az adott földrajzi környezethez kell, hogy kapcsolódjanak (az ezzel szervesen együtt járó természeti és emberi tényezőkkel együtt). Az OFJ embléma olyan termékekre vonatkozik, amelyek minősége vagy sajátos hírneve földrajzi eredetüknek tulajdonítható. A földrajzi kapcsolatot tehát a termelésnek, a feldolgozásnak, illetve az előállításnak legalább egy szakaszában bizonyítani kell,

— a HKT jelölésben részesített termékek a hagyományos előállítási mód különlegességéhez, illetve a hagyományos nyersanyagok felhasználásához kötődő jellegzetességekkel bírnak,

— az OEM, OFJ és HKT közösségi emblémák a Közösség egész területén ismert olyan szimbólumok, amelyek jelzik, hogy földrajzi származásukhoz, illetve a hagyományhoz kötődően a termékek különleges termelési feltételeket elégítenek ki, és ellenőrzés alatt állnak,

— az érintett termékek minőségének egyéb vetületei (biztonság, tápérték, íz, visszakövethetőség),

— néhány OEM-, OFJ- vagy HKT-termék annak példájaként való bemutatása, hogy az oltalmi rendszerekben bejegyezett elnevezéssel bíró termékek kereskedelmi sikeressége növekedhet,

— ezek az oltalmi rendszerek őrzik a Közösség kulturális örökségét és a mezőgazdasági termelés sokszínűségét, éppúgy mint a természetes környezet fenntartását.

5. **Főbb kommunikációs csatornák**

— Elektronikus csatornák (internetes honlapok),

— PR-kapcsolatok a médiával (szaksajtó, női magazinok, gasztronómiai lapok),

— kapcsolattartás a fogyasztói egyesületekkel,

— tájékoztatás és bemutató az értékesítési pontokon,

— audiovizuális kommunikációs eszközök (célzott tv-reklámok stb.),

— írásbeli dokumentáció (szórólapok, brosúrák stb.),

— részvétel vásárokon és kiállításokon,

— tájékoztatás és szemináriumok, illetve képzési intézkedések az OEM, OFJ és HKT közösségi rendszerének működésével kapcsolatban.

6. **A programok időtartama**

12–36 hónap. Elsőbbséget élveznek a minden szakaszra egyértelmű célokat és stratégiát megállapító többéves programok.

TÁJÉKOZTATÁS A LEGKÜLSŐ RÉGIÓK GRAFIKAI SZIMBÓLUMÁRÓL

1. **Általános helyzetértékelés**

Ez az irányvonal a Szerződés 299. cikkének (2) bekezdésében felsorolt legkülső régiókra vonatkozik. A külső értékelő tanulmány megállapításai szerint a legkülső régiók grafikai szimbólumáról („embléma”) szóló, 1998–1999-ben megrendezett közösségi tájékoztató program igazi érdeklődést keltett az ágazatban tevékenykedők körében.

Ennek eredményeként több termelő és feldolgozó is kérte minőségi termékein az embléma használatának engedélyezését.

Tekintetbe véve ezen első kampány korlátozott időtartamát, célszerű az embléma különféle célcsoportok körében való ismertségét fokozni az embléma jelentéséről és előnyeiről szóló tájékoztatási tevékenység folytatásával.

2. **Célok**

— Az embléma létének, jelentésének és előnyeinek megismertetése,

— az érintett régiók termelőinek és feldolgozóinak az embléma használatára történő ösztönzése,

— az embléma ismertségének növelése a forgalmazók és fogyasztók körében.

3. **Célcsoportok**

— Helyi termelők és feldolgozók,

— forgalmazók és fogyasztók,

— a közvélemény hordozói.

4. **Főbb üzenetek**

— Jellegzetes és természetes termék,

— a Közösség egyik régiójából származó termék,

— minőség (biztonság, táp- és érzékelési érték, termelési mód, kapcsolat a származási hellyel),

— egzotikus jelleg,

— a kínálat változatossága még szezonon kívül is,

— visszakövethetőség.

5. **Főbb kommunikációs csatornák**

— Elektronikus csatornák (internetes honlap stb.),

— telefonos információs vonalak,

— PR-kapcsolatok a médiával (szaksajtó, női magazinok, gasztronómiai lapok),

— bemutatók tartása az értékesítési pontokon, kiállításokon, vásárokon stb.,

— kapcsolattartás orvosokkal és táplálkozási szakemberekkel,

— egyéb csatornák (szórólapok, prospektusok, receptek stb.),

— audiovizuális kommunikációs eszközök,

— hirdetések a helyi és szaksajtóban.

6. **A programok időtartama**

12–36 hónap.

BIOGAZDÁLKODÁSSAL ELŐÁLLÍTOTT TERMÉKEK

1. **Helyzetértékelés**

A biogazdálkodással előállított termékek a városi lakosság körében egyértelműen sikert könyvelnek el, de e termékek piaci részesedése egyelőre eléggé korlátozott.

A fogyasztók és az érdeklődők más csoportjai jobban ismerik a biogazdálkodási mód jellegzetességeit, de az e tárgyról szóló ismeretük még mindig nem kielégítő.

A bioélelmiszerek és a biogazdálkodás európai akcióterve ([1]) szerint a tájékoztatási és promóciós akciók a biogazdálkodással előállított termékek iránti kereslet alakulásának kulcsfontosságú tényezője.

2. **Célok**

Fontos, hogy a tájékoztató és promóciós kampányok ne csak egy vagy néhány meghatározott termékre összpontosítsanak, hanem éppen ellenkezőleg termékcsoportokkal vagy az egy vagy több tagállamban, illetve egy vagy több régióban alkalmazott biogazdálkodási móddal foglalkozzanak.

E kampányoknak a következő célokat kell kitűzniük:

— a biogazdálkodással előállított termékek fogyasztásának ösztönzése,

— a fogyasztók körében a címkék, köztük a biológiai gazdálkodással előállított termékekre alkalmazott embléma ismertségének növelése,

— széles körű tájékoztatás nyújtása, és a közvélemény fogékonyságának növelése a biogazdálkodás előnyeivel kapcsolatban, különös tekintettel a környezetvédelemre, az állatjóllétre, a természetes környezet fenntartására és a vidéki térségek fejlesztésére,

— széles körű tájékoztatás nyújtása a biogazdálkodási mód közösségi rendszerének tartalmáról és működéséről,

— a biogazdálkodásban még részt nem vevő egyéni termelők és feldolgozók, illetve termelői, feldolgozói vagy kiskereskedői csoportok ösztönzése az e termelési módra való áttérésre; kiskereskedők, kiskereskedői csoportok és vendéglátók biztatása biotermékek értékesítésére.

3. **Célcsoportok**

— A fogyasztók általában, illetve fogyasztói egyesületek és sajátos fogyasztói alcsoportok,

— a közvélemény hordozói,

— forgalmazók (nagyáruházak, nagykereskedők, szakosodott kiskereskedők, csemegeboltok, étkezdék, éttermek),

— oktatók és iskolák.

4. **Főbb üzenetek**

— A biogazdálkodással előállított termékek természetesek, illenek a korszerű életmódhoz és fogyasztásuk kellemes. Termelési módjuk különösen kíméletes a környezettel és az állatokkal. A biogazdálkodás elősegíti a mezőgazdasági termelés sokszínűségének fenntartását és a természetes táj megőrzését,

— a termékekre szigorú termelési és ellenőrzési szabályok vonatkoznak, ideértve a teljes körű visszakövethetőséget, amely biztosítja, hogy a termékek a felügyeleti rendszernek alávetett üzemekből származnak,

— az élelmiszerek minősítését szolgáló „biológiai„ és „ökológiai" jelzőknek, illetve más nyelvekben ezek megfelelőinek használatát a törvény védi. A Közösség egész területén a biotermékek szimbólumaként elfogadott közösségi embléma jelzi, hogy a termékek megfelelnek a szigorú közösségi termelési kritériumoknak, és hogy alapos ellenőrzésen mentek keresztül. A közösségi emblémáról nyújtott tájékoztatást kísérheti a tagállamokban bevezetett emblémákról szóló tájékoztatás,

— az érintett termékek minőségének egyéb vetületeit (biztonság, tápérték, íz) is ki lehet emelni.

([1]) COM(2004) 415 végleges.

5. **Főbb kommunikációs csatornák**

— Elektronikus csatornák (internetes honlapok),

— telefonos információs vonalak,

— PR-kapcsolatok a médiával (szaksajtó, női magazinok, gasztronómiai lapok, élelmiszer-ipari sajtó),

— kapcsolattartás a fogyasztói egyesületekkel,

— tájékoztatás az értékesítési pontokon,

— iskolai akciók,

— audiovizuális kommunikációs eszközök (különösen célzott televíziós hirdetések),

— írásbeli dokumentáció (szórólapok, brosúrák stb.),

— részvétel vásárokon és kiállításokon,

— tájékoztatás és szemináriumok, illetve képzési akciók a bioélelmiszerekre és biogazdálkodásra vonatkozó közösségi rendszer működésével kapcsolatban.

6. **A programok időtartama**

12–36 hónap. Elsőbbséget élveznek a minden szakaszra egyértelmű célokat és stratégiát megállapító többéves programok.

BAROMFIHÚS

1. **Általános helyzetértékelés**

A baromfihús iránti fogyasztói bizalom megrendülése a madárinfluenzával kapcsolatos médiahírverés következtében a fogyasztás jelentős visszaesésében nyilvánult meg. Ezért indokolt megerősíteni a közösségi eredetű baromfihús iránti fogyasztói bizalmat.

Ennek érdekében tárgyilagos tájékoztatást kell adni a közösségi termelési rendszerekről (forgalmazási előírásokról), valamint az élelmiszer-biztonságra és -ellenőrzésre vonatkozó általános jogszabályokban előírt ellenőrzéseken felül megkövetelt ellenőrzésekről.

2. **Célok**

— A tájékoztatási és promóciós kampányok az EU-ban előállított termékekre korlátozódnak,

— céljuk, hogy:

  — garantálják a tárgyilagos és teljes körű tájékoztatást a baromfihúsból készült termékek biztonságára vonatkozó közösségi és nemzeti szabályozási rendszerekről; a fogyasztónak teljes és pontos tájékoztatást adjanak különösen a forgalmazási előírásokról,

  — tájékoztassák a fogyasztót a baromfihús választékáról, érzékleti tulajdonságairól és tápértékéről,

  — felhívják a fogyasztó figyelmét a visszakövethetőségre.

3. **Célcsoportok**

— Fogyasztók és fogyasztói egyesületek,

— a háztartási bevásárlásokért felelős személyek,

— intézmények (éttermek, kórházak, iskolák stb.),

— forgalmazók és forgalmazói társulások,

— újságírók és a közvélemény alakítói.

4. **Főbb üzenetek**

— Az EU területén forgalomba hozott baromfihús a termelési lánc egészére, a levágásra és a fogyasztásra kiterjedő közösségi szabályozás alá tartozik,

— biztonsági intézkedések – így az ellenőrzésekre vonatkozóan is – vannak érvényben,

— átalános tanácsok az állati eredetű élelmiszerek higiénikus kezeléséről.

5. **Főbb kommunikációs csatornák**

— Internet,

— a médiával és a reklámszakmával együtt lefolytatott PR-akciók (tudományos és szaksajtó, női magazinok, konyhaművészeti lapok és folyóiratok),

— kapcsolattartás a fogyasztói egyesületekkel,

— audiovizuális kommunikációs eszközök,

— írásbeli dokumentáció (szórólapok, brosúrák stb.),

— az értékesítési pontokon nyújtott tájékoztatás.

6. **A programok időtartama és terjedelme**

A programoknak legalább egy tagállam egészére vagy több tagállamra ki kell terjedniük.

A programok időtartama 12–24 hónap, az olyan többéves programok elsőbbségével, amelyek minden egyes szakaszra megindokolt célokat állapítanak meg.

II. MELLÉKLET

HARMADIK ORSZÁGOK

A. AZON TERMÉKEK JEGYZÉKE, AMELYEK HARMADIK ORSZÁGBAN PROMÓCIÓS INTÉZKEDÉSEK TÁRGYÁT KÉPEZHETIK

— Friss, hűtött vagy fagyasztott marha- és sertéshús, az e termékeken alapuló élelmiszer-készítmények,

— minőségi baromfihús,

— tejtermékek,

— olívaolaj és étkezési olajbogyó,

— földrajzi jelzéssel ellátott asztali borok, meghatározott termőhelyről származó (m.t.) minőségi borok,

— védett földrajzi jelzéssel vagy hagyományos megnevezéssel rendelkező szeszes italok,

— friss és feldolgozott gyümölcs és zöldség,

— gabonafélékből vagy rizsből készült termékek

— rostlen,

— élő növények és díszkertészeti termékek,

— oltalom alatt álló eredetmegjelöléssel (OEM), oltalom alatt álló földrajzi jelzéssel (OFJ) vagy hagyományos különleges termék (HKT) megjelöléssel ellátott termékek az 509/2006/EK vagy az 510/2006/EK rendelettel összhangban,

— biogazdálkodással előállított termékek a 2092/91/EGK rendelettel összhangban.

B. AZON HARMADIK ORSZÁGBELI PIACOK JEGYZÉKE, AMELYEKBEN PROMÓCIÓS INTÉZKEDÉSEKET LEHET VÉGREHAJTANI

A. Ország

— Dél-Afrika

— Macedónia Volt Jugoszláv Köztársaság

— Ausztrália

— Bosznia és Hercegovina

— Kína

— Dél-Korea

— Horvátország

— India

— Japán

— Koszovó

— Montenegró

— Norvégia

— Új-Zéland

— Oroszország

— Szerbia

— Svájc

— Törökország

— Ukrajna

B. Földrajzi terület

— Észak-Afrika

— Észak-Amerika

— Latin-Amerika

— Délkelet-Ázsia

— Közel- és Közép-Kelet

III. MELLÉKLET

A 6. cikkben előírt különböző ágazatok éves költségvetéseinek tájékoztató jellegű összege

1. Friss zöldség és gyümölcs: 10 millió EUR
2. Feldolgozott gyümölcs és zöldség: 2 millió EUR
3. Rostlen: 1 millió EUR
4. Élő növények és díszkertészeti termékek: 3 millió EUR
5. Olívaolaj és étkezési olajbogyó: 7 millió EUR (amelyből legalább 3 millió harmadik országok részére)
6. Magvakból származó olajok: 2 millió EUR
7. Tej és tejtermékek: 4 millió EUR
8. Közösségi vagy nemzeti minőségbiztosítási rendszerrel összhangban előállított friss, hűtött vagy fagyasztott hús: 4 millió EUR
9. A tojás megjelölése: 2 millió EUR
10. Méz és méhészeti termékek: 1 millió EUR
11. Meghatározott termőhelyről származó minőségi borok, földrajzi jelzéssel ellátott asztali borok: 3 millió EUR
12. Oltalom alatt álló eredetmegjelöléssel (OEM), oltalom alatt álló földrajzi jelzéssel (OFJ) vagy hagyományos különleges termék (HKT) jelzéssel ellátott termékek: 3 millió EUR
13. Tájékoztatás a távoli régiók esetében alkalmazott grafikai jelképekről: 1 millió EUR
14. Biogazdálkodással előállított termékek: 3 millió EUR
15. Baromfihús: p.m.

IV. MELLÉKLET

Megfelelési táblázat

1071/2005/EK rendelet (belső piac)	501/2008/EK rendelet (egyetlen bizottsági rendelet)	1346/2005/EK rendelet (harmadik országok)
1. cikk	1. cikk	1. cikk
2. cikk	2. cikk	2. cikk
3. cikk	3. cikk	3. cikk
4. cikk	4. cikk	—
—	4. cikk	4. cikk
5. cikk	6. cikk (1) bekezdés	—
—	6. cikk (2) bekezdés	5. cikk
7. cikk (2) bekezdésének b) pontja	6. cikk (3) bekezdése részben	—
—	7. cikk	6. cikk és 10. cikk (3) bekezdésének második albekezdése
7. cikk (1) bekezdése, (2) bekezdésének a) és c) pontja, és (3) bekezdése	8. cikk	7. cikk (1) bekezdés, (2) bekezdés második albekezdése, és (3) bekezdés
7. cikk (2) bekezdés az a) és c) pont kivételével és (4) bekezdés	9. cikk	7. cikk (2) bekezdés az első albekezdés kivételével, (4) és (5) bekezdés
—	10. cikk	8. cikk
8. cikk	11. cikk	9. cikk
9. cikk (1) bekezdés	12. cikk	10. cikk (1) bekezdés
9. cikk (2) és (3) bekezdés	13. cikk	10. cikk (2) bekezdés és (3) bekezdés első albekezdése
10. cikk (1)–(3) bekezdés	14. cikk	11. cikk
6. cikk és 10. cikk (4) bekezdés	15. cikk	–
11. cikk	16. cikk	12. cikk
12. cikk	17. cikk	13. cikk
13. cikk	18. cikk	14. cikk
14. cikk	19. cikk	15. cikk
15. cikk	20. cikk	16. cikk
16. cikk	21. cikk	17. cikk
17. cikk	22. cikk	18. cikk
18. cikk	23. cikk	19. cikk
19. cikk	24. cikk	20. cikk
20. cikk	25. cikk	21. cikk
21. cikk	26. cikk	22. cikk
22. cikk	27. cikk	23. cikk
23. cikk	28. cikk	24. cikk
25. cikk	29. cikk	26. cikk