

Το παρόν έγγραφο αποτελεί απλώς βοήθημα τεκμηρίωσης και τα θεσμικά όργανα δεν αναλαμβάνουν καμία ευθύνη για το περιεχόμενό του

► **B****ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) αριθ. 501/2008 ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ**

της 5ης Ιουνίου 2008

για τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008 του Συμβουλίου σχετικά με ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης υπέρ των γεωργικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά και στις τρίτες χώρες

(ΕΕ L 147 της 6.6.2008, σ. 3)

Τροποποιείται από:

		Επίσημη Εφημερίδα		
		αριθ.	σελίδα	ημερομηνία
► <b><u>M1</u></b>	Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1313/2008 της Επιτροπής της 19ης Δεκεμβρίου 2008	L 344	61	20.12.2008
► <b><u>M2</u></b>	Εκτελεστικός κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1085/2011 της Επιτροπής της 27ης Οκτωβρίου 2011	L 281	5	28.10.2011
► <b><u>M3</u></b>	Εκτελεστικός κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 737/2013 της Επιτροπής της 30ής Ιουλίου 2013	L 204	26	31.7.2013
► <b><u>M4</u></b>	Εκτελεστικός κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 796/2014 της Επιτροπής της 23ης Ιουλίου 2014	L 218	1	24.7.2014



**ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) αριθ. 501/2008 ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ**

**της 5ης Ιουνίου 2008**

**για τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008 του Συμβουλίου σχετικά με ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης υπέρ των γεωργικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά και στις τρίτες χώρες**

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ,

Έχοντας υπόψη:

τη συνθήκη για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας,

τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 3/2008 του Συμβουλίου, της 17ης Δεκεμβρίου 2007, σχετικά με ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης υπέρ των γεωργικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά και στις τρίτες χώρες <sup>(1)</sup>, και ιδίως το άρθρο 4 καθώς και τα άρθρα 5, 9 και 15,

Εκτιμώντας τα ακόλουθα:

- (1) Ο κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 3/2008 προβλέπει ότι η Επιτροπή καθορίζει τις λεπτομέρειες εκτέλεσης των προγραμμάτων ενημέρωσης και προώθησης που συγχρηματοδοτούνται από τον κοινοτικό προϋπολογισμό.
- (2) Λαμβάνοντας υπόψη την πείρα που αποκτήθηκε, τις προοπτικές εξέλιξης των αγορών τόσο εντός όσο και εκτός της Κοινότητας, αλλά και το νέο πλαίσιο των διεθνών συναλλαγών, ενδείκνυται η χάραξη μιας συνολικής και συνεκτικής πολιτικής στον τομέα της ενημέρωσης και της προώθησης όσον αφορά τα γεωργικά προϊόντα και τον τρόπο παραγωγής τους, καθώς και τα προϊόντα διατροφής με βάση γεωργικά προϊόντα, στην εσωτερική αγορά και στις αγορές τρίτων χωρών, χωρίς ωστόσο να ενθαρρύνεται η κατανάλωση ενός προϊόντος λόγω της συγκεκριμένης καταγωγής του. Χάριν σαφήνειας, επομένως, θα πρέπει να καταργηθούν οι κανονισμοί (ΕΚ) αριθ. 1071/2005 της Επιτροπής, της 1ης Ιουλίου 2005, για τις λεπτομέρειες εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 του Συμβουλίου για ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης των γεωργικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά <sup>(2)</sup>, και (ΕΚ) αριθ. 1346/2005 της Επιτροπής, της 16ης Αυγούστου 2005, για τις λεπτομέρειες εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2702/1999 του Συμβουλίου σχετικά με τις ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης των γεωργικών προϊόντων σε τρίτες χώρες <sup>(3)</sup>, και να αντικατασταθούν από ενιαίο κανονισμό, διατηρώντας πάντως, σε χωριστά κεφάλαια, τις ιδιαιτερότητες των ενεργειών ανάλογα με τον τόπο υλοποίησής τους.
- (3) Για λόγους χρηστής διαχείρισης, πρέπει να προβλεφθούν η κατάρτιση και η περιοδική ενημέρωση του καταλόγου των θεμάτων, των προϊόντων και των αγορών που αποτελούν αντικείμενο των ενεργειών ενημέρωσης και προώθησης των γεωργικών προϊόντων και να οριστούν οι εθνικές αρχές που είναι αρμόδιες για την εφαρμογή του παρόντος κανονισμού, καθώς και η διάρκεια των προγραμμάτων.

<sup>(1)</sup> ΕΕ L 3 της 5.1.2008, σ. 1.

<sup>(2)</sup> ΕΕ L 179 της 11.7.2005, σ. 1. Κανονισμός όπως τροποποιήθηκε με τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1022/2006 (ΕΕ L 184 της 6.7.2006, σ. 3).

<sup>(3)</sup> ΕΕ L 212 της 17.8.2005, σ. 16.

## ▼B

- (4) Για λόγους πληροφόρησης και προστασίας των καταναλωτών, πρέπει να προβλεφθεί ότι κάθε μήνυμα που αναφέρεται σε επιπτώσεις στην υγεία σε σχέση με ένα γεωργικό προϊόν και προορίζεται για τους καταναλωτές και τους άλλους στόχους στο πλαίσιο των προγραμμάτων στην εσωτερική αγορά, πρέπει να έχει αναγνωρισμένη επιστημονική βάση και να είναι αναγνωρισμένες οι πηγές της πληροφόρησης αυτής.
- (5) Για να αποφευχθεί κάθε κίνδυνος στρέβλωσης του ανταγωνισμού, πρέπει να καθοριστούν, αφενός οι κατευθυντήριες γραμμές και οι γενικοί προσανατολισμοί που πρέπει να ακολουθούνται όσον αφορά τα προϊόντα που αποτελούν αντικείμενο εκστρατειών ενημέρωσης και προώθησης στην εσωτερική αγορά, και αφετέρου οι κανόνες που πρέπει να τηρούνται κατά την αναφορά στην ιδιαίτερη καταγωγή των προϊόντων που αποτελούν αντικείμενο εκστρατειών ενημέρωσης και προώθησης σε τρίτες χώρες.
- (6) Για λόγους ασφάλειας του δικαίου, πρέπει να διευκρινιστεί ότι τα προτεινόμενα προγράμματα για την εσωτερική αγορά πρέπει να τηρούν ιδίως το σύνολο της κοινοτικής νομοθεσίας που αφορά τα σχετικά προϊόντα και την εμπορία τους, καθώς και τις εν λόγω κατευθυντήριες γραμμές.
- (7) Κρίνεται σκόπιμο, για να υπάρχει ομοιομορφία όσον αφορά τις λεπτομέρειες επιλογής των οργανισμών εκτέλεσης και των προγραμμάτων στις τρίτες χώρες, να εφαρμόζονται οι ίδιοι κανόνες στις προς υλοποίηση ενέργειες από τις διεθνείς οργανώσεις που αναφέρονται στο άρθρο 6 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008. Για λόγους ασφάλειας δικαίου, πρέπει τα μηνύματα που προβάλλονται στο πλαίσιο των προγραμμάτων να είναι σύμφωνα με τη νομοθεσία των τρίτων χωρών στις οποίες απευθύνονται.
- (8) Πρέπει να καθοριστεί η διαδικασία υποβολής των προγραμμάτων και επιλογής του οργανισμού εκτέλεσης, κατά τρόπο που να διασφαλίζονται ο ευρύτερος δυνατός ανταγωνισμός και η ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών, λαμβάνοντας υπόψη, ιδίως στην περίπτωση που η προτεινόμενη οργάνωση είναι δημόσιος οργανισμός, τις διατάξεις της οδηγίας 2004/18/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 31ης Μαρτίου 2004, περί συντονισμού των διαδικασιών σύναψης δημόσιων συμβάσεων έργων, προμηθειών και υπηρεσιών <sup>(1)</sup>.
- (9) Ο κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 3/2008 προβλέπει τη δυνατότητα οι προτεινόμενες οργάνώσεις να υλοποιούν οι ίδιες ορισμένα μέρη των προγραμμάτων, να επιλέγουν τους οργανισμούς εκτέλεσης σε μεταγενέστερο στάδιο της διαδικασίας και να διατηρούν το επίπεδο της κοινοτικής συνεισφοράς σταθερό, χωρίς να υπερβαίνει το 50 % του πραγματικού κόστους κάθε φάσης του προγράμματος και το 60 % για τις ενέργειες στον τομέα των οπωροκηπευτικών που προορίζονται για τα παιδιά στα εκπαιδευτικά ιδρύματα της Κοινότητας. Πρέπει να προβλεφθούν οι λεπτομέρειες εφαρμογής των εν λόγω διατάξεων.
- (10) Κρίνεται σκόπιμο να καθοριστούν τα κριτήρια επιλογής των προγραμμάτων από τα κράτη μέλη και τα κριτήρια εξέτασης των προγραμμάτων που επιλέγονται από την Επιτροπή, κατά τρόπο που να διασφαλίζονται η τήρηση των κοινοτικών κανόνων και η αποτελεσματικότητα των προς πραγματοποίηση ενεργειών. Ύστερα από εξέταση των προγραμμάτων, η Επιτροπή πρέπει να αποφασίζει ποια είναι τα προγράμματα που θα γίνουν αποδεκτά και να καθορίζει τους σχετικούς προϋπολογισμούς.

<sup>(1)</sup> ΕΕ L 134 της 30.4.2004, σ. 114. Οδηγία όπως τροποποιήθηκε τελευταία με τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 213/2008 της Επιτροπής (ΕΕ L 74 της 15.3.2008, σ. 1).

## ▼ B

- (11) Για τα προγράμματα που αφορούν τις τρίτες χώρες, είναι αναγκαίο, για λόγους αποτελεσματικότητας των κοινοτικών ενεργειών, τα κράτη μέλη να διασφαλίζουν τη συνοχή και τη συμπληρωματικότητα των εγκριθέντων προγραμμάτων με τα εθνικά ή περιφερειακά προγράμματα και πρέπει να καθοριστούν τα προτιμησιακά κριτήρια επιλογής των προγραμμάτων ούτως ώστε να βελτιστοποιείται ο αντίκτυπός τους.
- (12) Σε περίπτωση προγραμμάτων που ενδιαφέρουν περισσότερα του ενός κράτη μέλη, πρέπει να προβλεφθούν μέτρα που να εξασφαλίζουν τη συνεννόηση μεταξύ των εν λόγω κρατών μελών για την υποβολή και την εξέταση των προγραμμάτων.
- (13) Για λόγους χρηστής δημοσιονομικής διαχείρισης, πρέπει να διευκρινίζονται στα προγράμματα οι λεπτομέρειες της χρηματοδοτικής συμμετοχής των κρατών μελών και των προτεινουσών οργάνωσεων.
- (14) Για να αποφευχθεί ο κίνδυνος διπλής χρηματοδότησης, δεν πρέπει να είναι επιλέξιμες για στήριξη στο πλαίσιο του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008 οι ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης στην εσωτερική αγορά, οι οποίες τυγχάνουν στήριξης δυνάμει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1698/2005 του Συμβουλίου, της 20ής Σεπτεμβρίου 2005, για τη στήριξη της αγροτικής ανάπτυξης από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ) <sup>(1)</sup>.
- (15) Οι διάφορες λεπτομέρειες όσον αφορά την τήρηση των υποχρεώσεων που αναλαμβάνονται πρέπει να αποτελούν αντικείμενο συμβάσεων που συνάπτονται μεταξύ των ενδιαφερομένων και των αρμόδιων εθνικών αρχών εντός εύλογης προθεσμίας, βάσει υποδειγμάτων συμβάσεων που θέτει στη διάθεση των κρατών μελών η Επιτροπή.
- (16) Για να διασφαλίζεται η ορθή εκτέλεση της σύμβασης, είναι σκόπιμο ο αντισυμβαλλόμενος να συνιστά υπέρ της αρμόδιας εθνικής αρχής εγγύηση ίση προς το 15 % της συνεισφοράς της Κοινότητας και των ενδιαφερομένων κρατών μελών. Για τον ίδιο σκοπό, πρέπει να συνιστάται εγγύηση σε περίπτωση αίτησης προκαταβολής για κάθε ετήσια φάση.
- (17) Πρέπει να καθοριστούν οι έλεγχοι που θα διενεργούνται από τα κράτη μέλη.
- (18) Πρέπει να διευκρινιστεί ότι η εκτέλεση των μέτρων που προβλέπονται στις συμβάσεις αποτελεί πρωτογενή απαίτηση, κατά την έννοια του άρθρου 20 του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2220/85 της Επιτροπής, της 22ας Ιουλίου 1985, για τον καθορισμό των κοινών λεπτομερειών εφαρμογής του καθεστώτος εγγυήσεων για τα γεωργικά προϊόντα <sup>(2)</sup>.
- (19) Για τις απαιτήσεις της δημοσιονομικής διαχείρισης, είναι απαραίτητο να προβλέπονται χρηματικές ποινές σε περίπτωση μη τήρησης της προθεσμίας υποβολής των αιτήσεων για τις ενδιάμεσες πληρωμές ή σε περίπτωση καθυστέρησης των πληρωμών των κρατών μελών.
- (20) Για λόγους ορθής δημοσιονομικής διαχείρισης και για την αποφυγή του κινδύνου να εξαντληθεί με τις προβλεπόμενες πληρωμές η χρηματοδοτική συμμετοχή της Κοινότητας, ώστε να μην υφίσταται πλέον υπόλοιπο προς πληρωμή, είναι σκόπιμο να προβλεφθεί ότι η προκαταβολή και οι διάφορες ενδιάμεσες πληρωμές δεν είναι δυνατόν να υπερβούν το 80 % των συνεισφορών της Κοινότητας και των κρατών μελών. Για τον ίδιο λόγο, η αίτηση για την καταβολή του υπολοίπου πρέπει να υποβάλλεται στην αρμόδια εθνική αρχή εντός καθορισμένης προθεσμίας.

<sup>(1)</sup> ΕΕ L 277 της 21.10.2005, σ. 1. Κανονισμός όπως τροποποιήθηκε τελευταία με τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 146/2008 (ΕΕ L 46 της 21.2.2008, σ. 1).

<sup>(2)</sup> ΕΕ L 205 της 3.8.1985, σ. 5. Κανονισμός όπως τροποποιήθηκε τελευταία με τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1913/2006 (ΕΕ L 365 της 21.12.2006, σ. 52).

**▼B**

- (21) Κρίνεται σκόπιμο τα κράτη μέλη να ελέγχουν όλο το υλικό ενημέρωσης και προώθησης που παράγεται στο πλαίσιο των προγραμμάτων. Πρέπει να καθοριστούν οι όροι για τη χρήση του μετά τη λήξη των προγραμμάτων.
- (22) Βάσει της πείρας που αποκτήθηκε και για την παρακολούθηση της ορθής εκτέλεσης των προγραμμάτων, πρέπει να διευκρινιστούν οι λεπτομέρειες της παρακολούθησης, η οποία διενεργείται από την ομάδα που έχει συσταθεί προς το σκοπό αυτό από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 3/2008.
- (23) Κρίνεται αναγκαίο να ελέγχουν τα κράτη μέλη την εκτέλεση των ενεργειών και να τηρείται ενήμερη η Επιτροπή για τα αποτελέσματα της εφαρμογής των μέτρων επαλήθευσης και ελέγχου που προβλέπονται στον παρόντα κανονισμό. Για λόγους χρηστής δημοσιονομικής διαχείρισης, είναι σκόπιμο να προβλεφθεί συνεργασία μεταξύ των κρατών μελών, όταν οι ενέργειες υλοποιούνται σε κράτος μέλος άλλο από εκείνο στο οποίο είναι εγκατεστημένη η συμβαλλόμενη αρμόδια οργάνωση.
- (24) Για την αποτελεσματική προστασία των οικονομικών συμφερόντων της Κοινότητας, πρέπει να ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα για την καταπολέμηση των περιπτώσεων απάτης και βαρείας αμέλειας. Για το σκοπό αυτό, πρέπει να θεσπιστούν επιστροφές χρημάτων και κυρώσεις.
- (25) Πρέπει να καθοριστεί σαφώς ότι για τα πολυετή προγράμματα πρέπει να υποβάλλεται έκθεση εσωτερικής αξιολόγησης μετά την ολοκλήρωση κάθε ετήσιας φάσης, ακόμη και στην περίπτωση που δεν έχει υποβληθεί καμία αίτηση πληρωμής.
- (26) Το επιτόκιο που πρέπει να καταβάλλει ο δικαιούχος μιας αχρεωστήτως καταβληθείσας πληρωμής πρέπει να ευθυγραμμίζεται προς το επιτόκιο για τις μη αποπληρωθείσες απαιτήσεις κατά την καταληκτική ημερομηνία που αναφέρεται στο άρθρο 86 του κανονισμού (ΕΚ, Ευρατόμ) αριθ. 2342/2002 της Επιτροπής, της 23ης Δεκεμβρίου 2002, για τη θέσπιση των κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ, Ευρατόμ) αριθ. 1605/2002 του Συμβουλίου για τη θέσπιση του δημοσιονομικού κανονισμού που εφαρμόζεται στο γενικό προϋπολογισμό των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων <sup>(1)</sup>.
- (27) Τα μέτρα που προβλέπονται στον παρόντα κανονισμό είναι σύμφωνα με τη γνώμη της διαχειριστικής επιτροπής για την κοινή οργάνωση των γεωργικών αγορών,

ΕΞΕΔΩΣΕ ΤΟΝ ΠΑΡΟΝΤΑ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟ:

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

### ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

#### *Άρθρο 1*

#### **Αντικείμενο και ορισμός**

1. Ο παρών κανονισμός καθορίζει τις λεπτομέρειες εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008, ιδίως όσον αφορά την κατάρτιση, την επιλογή, την εφαρμογή, τη χρηματοδότηση και τον έλεγχο των προγραμμάτων που αναφέρονται στο άρθρο 6 του εν λόγω κανονισμού.

<sup>(1)</sup> ΕΕ L 357 της 31.12.2002, σ. 1. Κανονισμός όπως τροποποιήθηκε τελευταία με τον κανονισμό (ΕΚ, Ευρατόμ) αριθ. 478/2007 (ΕΕ L 111 της 28.4.2007, σ. 13).

**▼B**

2. Ως «πρόγραμμα» νοείται ένα σύνολο συνεκτικών ενεργειών επαρκούς εμβέλειας που συμβάλλουν στην αύξηση της ενημέρωσης όσον αφορά τα σχετικά προϊόντα, καθώς και της διάθεσής τους.

*Άρθρο 2***Ορισμός των αρμόδιων αρχών**

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

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

Η Επιτροπή θέτει τις πληροφορίες αυτές στη διάθεση του κοινού με την ενδεδειγμένη μορφή.

*Άρθρο 3***Διάρκεια των προγραμμάτων**

Τα προγράμματα υλοποιούνται σε περίοδο τουλάχιστον ενός έτους και το πολύ τριών ετών από την ημερομηνία έναρξης ισχύος της σχετικής σύμβασης που αναφέρεται στο άρθρο 16 παράγραφος 1.

*Άρθρο 4***Χαρακτηριστικά των μηνυμάτων ενημέρωσης και προώθησης για τα προγράμματα που αφορούν την εσωτερική αγορά**

1. Για να πληρούνται τα κριτήρια που αναφέρονται στο άρθρο 3 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008, κάθε μήνυμα ενημέρωσης ή προώθησης που προορίζεται για τους καταναλωτές και τους άλλους στόχους στο πλαίσιο των προγραμμάτων (στο εξής «το μήνυμα») βασίζεται στις εγγενείς ιδιότητες του σχετικού προϊόντος ή στα χαρακτηριστικά του.

2. Οποιαδήποτε αναφορά στην καταγωγή των προϊόντων πρέπει να είναι επικουρική σε σχέση με το βασικό μήνυμα της εκστρατείας. Ωστόσο, η ένδειξη της καταγωγής ενός προϊόντος μπορεί να προβάλλεται στο πλαίσιο μιας ενέργειας ενημέρωσης ή προώθησης, εάν πρόκειται για ονομασία που έχει δοθεί βάσει της κοινοτικής νομοθεσίας ή για χαρακτηριστικό προϊόν που θεωρείται αναγκαίο για την ανάδειξη των ενεργειών ενημέρωσης ή προώθησης.

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

**▼M2**

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

**▼B**

Η επαγγελματική ή διεπαγγελματική οργάνωση που αναφέρεται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008 και η οποία προτείνει ένα πρόγραμμα, θέτει στη διάθεση του σχετικού κράτους μέλους και της Επιτροπής τον κατάλογο των επιστημονικών μελετών και των γνωμοδοτήσεων των εγκεκριμένων επιστημονικών ιδρυμάτων, στις οποίες βασίζονται τα μηνύματα του προγράμματος όπου γίνεται αναφορά στις επιπτώσεις στην υγεία.



*Άρθρο 5*

**Χαρακτηριστικά των μηνυμάτων ενημέρωσης και προώθησης για τα προγράμματα που αφορούν τις τρίτες χώρες**

1. Κάθε μήνυμα βασίζεται στις εγγενείς ιδιότητες του σχετικού προϊόντος ή στα χαρακτηριστικά του.

Τα μηνύματα πρέπει να είναι σύμφωνα με τη νομοθεσία που εφαρμόζεται στις τρίτες χώρες στις οποίες απευθύνονται.

2. Οποιαδήποτε αναφορά στην καταγωγή των προϊόντων πρέπει να είναι επικουρική σε σχέση με το βασικό μήνυμα της εκστρατείας. Ωστόσο, η ένδειξη της καταγωγής ενός προϊόντος μπορεί να προβάλλεται στο πλαίσιο μιας ενέργειας ενημέρωσης ή προώθησης, εάν πρόκειται για ονομασία που έχει δοθεί βάσει της κοινοτικής νομοθεσίας ή για χαρακτηριστικό προϊόν που θεωρείται αναγκαίο για την ανάδειξη των ενεργειών ενημέρωσης ή προώθησης.

*Άρθρο 6*

**Αντικείμενο των προς υλοποίηση ενεργειών και ενδεικτικοί προϋπολογισμοί**

1. Ο κατάλογος θεμάτων και προϊόντων, τα οποία μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο των ενεργειών που πρόκειται να υλοποιηθούν στην εσωτερική αγορά, σύμφωνα με το άρθρο 3 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008, περιλαμβάνεται στο μέρος Α του παραρτήματος Ι του παρόντος κανονισμού.

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

2. Ο κατάλογος προϊόντων, τα οποία μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο των ενεργειών που πρόκειται να υλοποιηθούν σε τρίτες χώρες, σύμφωνα με το άρθρο 3 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008, περιλαμβάνεται στο μέρος Α του παραρτήματος ΙΙ του παρόντος κανονισμού. Ο κατάλογος των αγορών τρίτων χωρών στις οποίες μπορούν να υλοποιηθούν οι ενέργειες αυτές περιλαμβάνεται στο μέρος Β του παραρτήματος ΙΙ.

Οι κατάλογοι ενημερώνονται ανά διετία, το αργότερο στις 31 Δεκεμβρίου.

3. Οι ενδεικτικοί ετήσιοι προϋπολογισμοί για τους διάφορους τομείς περιλαμβάνονται στο παράρτημα ΙΙΙ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ

**ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΠΟΥ ΑΝΑΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΑ ΑΡΘΡΑ 6 ΕΩΣ 8 ΤΟΥ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ (ΕΚ) ΑΡΙΘ. 3/2008**

*Άρθρο 7*

**Προγράμματα που αφορούν τις τρίτες χώρες και υλοποιούνται σε συνεργασία με διεθνείς οργανώσεις**

1. Στην περίπτωση εφαρμογής του άρθρου 6 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008, οι διεθνείς οργανώσεις που αναφέρονται στο εν λόγω άρθρο υποβάλλουν, κατόπιν αιτήσεως της Επιτροπής, προτάσεις για τα προβλεπόμενα προγράμματα του επόμενου έτους.

Οι όροι χορήγησης και καταβολής της κοινοτικής συνεισφοράς που προβλέπεται στο άρθρο 13 παράγραφος 4 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008 ρυθμίζονται με σύμβαση επιδότησης που συνάπτεται μεταξύ της Κοινότητας και της σχετικής διεθνούς οργάνωσης.



**▼ B**

2. Η οδηγία 2004/18/EK εφαρμόζεται στην περίπτωση υλοποίησης των ενεργειών από τις διεθνείς οργανώσεις που αναφέρονται στο άρθρο 6 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008.

*Άρθρο 8***Υποβολή των προγραμμάτων**

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

**▼ M4**

Οι επαγγελματικές ή διεπαγγελματικές οργανώσεις στην Ένωση που είναι αντιπροσωπευτικές των σχετικών τομέων (στο εξής «προτείνουσες οργανώσεις») υποβάλλουν τα προγράμματά τους στο κράτος μέλος το αργότερο στις 28 Φεβρουαρίου.

**▼ B**

Τα προγράμματα υποβάλλονται σύμφωνα με το υπόδειγμα που ορίζεται από την Επιτροπή και είναι διαθέσιμο στον ιστότοπό της στο Διαδίκτυο. Το υπόδειγμα αυτό επισυνάπτεται στις προσκλήσεις υποβολής προτάσεων που αναφέρονται στο πρώτο εδάφιο.

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

- α) να τηρούν την κοινοτική νομοθεσία για τα σχετικά προϊόντα και την εμπορία τους·
- β) να τηρούν τη συγγραφή υποχρεώσεων που περιλαμβάνει τα κριτήρια αποκλεισμού, επιλογής και ανάθεσης και διανέμεται για το σκοπό αυτό από τα ενδιαφερόμενα κράτη μέλη·
- γ) να έχουν αναπτυχθεί επαρκώς ώστε να μπορούν να αξιολογηθούν η συμμόρφωσή τους με την ισχύουσα νομοθεσία και η σχέση κόστους/αποτελεσματικότητας.

3. Για την εφαρμογή των προγραμμάτων της, κάθε προτείνουσα οργάνωση επιλέγει έναν ή περισσότερους οργανισμούς εκτέλεσης, ύστερα από διαγωνισμό που διεξάγεται με κατάλληλο και ελεγχόμενο από το κράτος μέλος τρόπο. Σε περίπτωση που η επιλογή αυτή έχει πραγματοποιηθεί πριν από την υποβολή του προγράμματος, ο οργανισμός εκτέλεσης μπορεί να συμμετάσχει στην εκπόνησή του.

*Άρθρο 9***Προεπιλογή των προγραμμάτων από τα κράτη μέλη**

1. Τα κράτη μέλη καταρτίζουν τον προσωρινό κατάλογο των προγραμμάτων, τα οποία επιλέγουν βάσει κριτηρίων που καθορίζονται στη συγγραφή υποχρεώσεων που αναφέρεται στο άρθρο 8 παράγραφος 2 στοιχείο β).

2. Τα προγράμματα που αφορούν τις τρίτες χώρες εξετάζονται από τα κράτη μέλη με βάση, κυρίως, τα ακόλουθα κριτήρια:

- α) συνοχή των προτεινόμενων στρατηγικών με τους καθορισθέντες στόχους·
- β) ποιότητα των προτεινόμενων ενεργειών·



**▼ B**

- γ) προβλεπόμενη επίπτωση της υλοποίησής τους όσον αφορά την εξέλιξη της ζήτησης των σχετικών προϊόντων·
- δ) εχέγγυα αποτελεσματικότητας και αντιπροσωπευτικότητας των προτεινουσών οργανώσεων·
- ε) τεχνικές ικανότητες και εχέγγυα αποτελεσματικότητας του προτεινόμενου οργανισμού εκτέλεσης.

3. Τα προγράμματα που αφορούν την εσωτερική αγορά τηρούν, εκτός των υποχρεώσεων που προβλέπονται στο άρθρο 8 και στο παρόν άρθρο, τις κατευθυντήριες γραμμές για την προώθηση στην εσωτερική αγορά, οι οποίες αναφέρονται στο άρθρο 5 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008 και περιλαμβάνονται στο μέρος Β του παραρτήματος Ι του παρόντος κανονισμού.

4. Στην περίπτωση προγράμματος που ενδιαφέρει περισσότερα του ενός κράτη μέλη, τα ενδιαφερόμενα κράτη μέλη συνεννοούνται μεταξύ τους προκειμένου να επιλέξουν το πρόγραμμα και ορίζουν ένα κράτος μέλος ως συντονιστή. Δεσμεύονται ιδίως να συμμετάσχουν στη χρηματοδότησή του σύμφωνα με το άρθρο 14 παράγραφος 2 και να καθιερώσουν μεταξύ τους διοικητική συνεργασία, ώστε να διευκολυνθεί η παρακολούθηση, η εκτέλεση και ο έλεγχος των προγραμμάτων.

5. Για τα προγράμματα που αφορούν τις τρίτες χώρες, κάθε κράτος μέλος μεριμνά για την εναρμόνιση των προβλεπόμενων εθνικών ή περιφερειακών ενεργειών με τις ενέργειες που συγχρηματοδοτούνται δυνάμει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008, καθώς και για τη συμπληρωματικότητα των υποβαλλόμενων προγραμμάτων με τις εκστρατείες σε εθνικό ή περιφερειακό επίπεδο.

*Άρθρο 10***Προτεραιότητα κατά την επιλογή των προγραμμάτων που αφορούν τις τρίτες χώρες**

1. Μεταξύ των προγραμμάτων που αναφέρονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008 και υποβάλλονται από περισσότερα του ενός κράτη μέλη, προτιμώνται, όσον αφορά τα προγράμματα για τις τρίτες χώρες, αυτά που αφορούν ένα σύνολο προϊόντων και τονίζουν κυρίως τις πτυχές που σχετίζονται με την ποιότητα, τη θρεπτική αξία και την ασφάλεια των τροφίμων της κοινοτικής παραγωγής.

2. Στην περίπτωση προγραμμάτων που ενδιαφέρουν ένα μόνο κράτος μέλος ή αφορούν ένα μόνο προϊόν, προτιμώνται εκείνα που προβάλλουν στοιχεία κοινοτικού ενδιαφέροντος όσον αφορά κυρίως την ποιότητα, τη θρεπτική αξία, καθώς και την ασφάλεια και την αντιπροσωπευτικότητα της ευρωπαϊκής γεωργικής παραγωγής και παραγωγής τροφίμων.

**▼ M4***Άρθρο 11***Επιλογή των προγραμμάτων από την Επιτροπή**

1. Τα κράτη μέλη αποστέλλουν στην Επιτροπή τον κατάλογο που αναφέρεται στο άρθρο 9 παράγραφος 1 και, ενδεχομένως, τον κατάλογο των οργανισμών εκτέλεσης που έχουν επιλέξει, εφόσον έχουν ήδη επιλεγεί σύμφωνα με το άρθρο 8 παράγραφος 3, καθώς και αντίγραφο εκάστου προγράμματος. Ο κατάλογος υποβάλλεται τόσο ηλεκτρονικά όσο και μέσω ταχυδρομείου, ενώ η Επιτροπή τον παραλαμβάνει το αργότερο στις 30 Απριλίου.

**▼M4**

Στην περίπτωση προγραμμάτων που ενδιαφέρουν περισσότερα του ενός κράτη μέλη, η κοινοποίηση αυτή πραγματοποιείται με κοινή συμφωνία των ενδιαφερομένων κρατών μελών.

2. Το αργότερο έως τις 15 Ιουλίου, η Επιτροπή ενημερώνει τα ενδιαφερόμενα κράτη μέλη, εάν διαπιστώσει ότι το σύνολο ή μέρος υποβληθέντος προγράμματος δεν είναι σύμφωνο με:

- α) τους κανόνες της Ένωσης· ή
- β) τις κατευθυντήριες γραμμές όσον αφορά την εσωτερική αγορά· ή
- γ) τα κριτήρια που αναφέρονται στο άρθρο 9 παράγραφος 2, όσον αφορά τις τρίτες χώρες.

3. Σύμφωνα με το άρθρο 7 παράγραφος 2 τρίτο εδάφιο του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008, τα κράτη μέλη διαβιβάζουν τα τροποποιημένα προγράμματά τους στην Επιτροπή, εντός 55 ημερολογιακών ημερών από την ενημέρωση που αναφέρεται στην παράγραφο 2 του παρόντος άρθρου.

Ύστερα από έλεγχο των τροποποιημένων προγραμμάτων, η Επιτροπή αποφασίζει, το αργότερο στις 30 Νοεμβρίου, ποια είναι τα προγράμματα που μπορεί να συγχρηματοδοτήσει, σύμφωνα με τη διαδικασία που προβλέπεται στο άρθρο 16 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008.

4. Η προτεινόμενη οργάνωση ή οι προτεινόμενες οργανώσεις είναι υπεύθυνη(-ες) για την ορθή εκτέλεση και διαχείριση των προγραμμάτων που έχουν επιλεγεί.

**▼B***Άρθρο 12***Έγκριση των οργανισμών εκτέλεσης από το κράτος μέλος**

1. Η επιλογή του οργανισμού εκτέλεσης σύμφωνα με το άρθρο 8 παράγραφος 3 εγκρίνεται από το κράτος μέλος, το οποίο ενημερώνει σχετικά την Επιτροπή πριν από την υπογραφή της σύμβασης που αναφέρεται στο άρθρο 16 παράγραφος 1.

2. Το κράτος μέλος επαληθεύει ότι ο οργανισμός εκτέλεσης που έχει επιλεγεί διαθέτει τα αναγκαία χρηματοδοτικά και τεχνικά μέσα για τη διασφάλιση της αποτελεσματικότερης εκτέλεσης των ενεργειών, σύμφωνα με το άρθρο 11 παράγραφος 3 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008. Ενημερώνει την Επιτροπή σχετικά με τη διαδικασία που ακολουθήθηκε για το σκοπό αυτό.

*Άρθρο 13***Υλοποίηση ορισμένων μερών ενός προγράμματος από την προτεινόμενη οργάνωση**

1. Η προτεινόμενη οργάνωση μπορεί να υλοποιήσει ορισμένα μέρη ενός προγράμματος, σύμφωνα με το άρθρο 11 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008, υπό τους ακόλουθους όρους:

- α) η προτεινόμενη οργάνωση εκπληρώνει τις υποχρεώσεις που αναφέρονται στο άρθρο 11 παράγραφος 3 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008·
- β) η προτεινόμενη οργάνωση διαθέτει πείρα τουλάχιστον πέντε ετών στην εκτέλεση του ίδιου είδους ενεργειών·

**▼B**

- γ) το μέρος του προγράμματος που υλοποιείται από την προτείνουσα οργάνωση δεν αντιπροσωπεύει άνω του 50 % του συνολικού κόστους του προγράμματος, πλην δεόντως αιτιολογημένων περιπτώσεων και μετά από γραπτή έγκριση της Επιτροπής·
- δ) η προτείνουσα οργάνωση εξασφαλίζει ότι το κόστος των ενεργειών που σκοπεύει να υλοποιήσει η ίδια δεν είναι υψηλότερο από τις συνήθεις τιμές της αγοράς.

Το κράτος μέλος επαληθεύει εάν τηρούνται οι εν λόγω όροι.

2. Σε περίπτωση που η προτείνουσα οργάνωση είναι οργανισμός δημοσίου δικαίου κατά την έννοια του άρθρου 1 παράγραφος 9 δεύτερο εδάφιο της οδηγίας 2004/18/EK, τα κράτη μέλη λαμβάνουν τα αναγκαία μέτρα ώστε οι αναθέτουσες αρχές να επιβάλλουν την τήρηση των διατάξεων της οδηγίας αυτής.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ III

## ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΣ ΚΑΝΟΝΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

*Άρθρο 14***Γενικοί κανόνες χρηματοδότησης**

1. Η χρηματοδοτική συμμετοχή της Κοινότητας καταβάλλεται στα σχετικά κράτη μέλη.
2. Σε περίπτωση που περισσότερα κράτη μέλη συμμετέχουν στη χρηματοδότηση ενός προγράμματος, το μερίδιό τους συμπληρώνει τη χρηματοδοτική συμμετοχή της προτείνουσας οργάνωσης που είναι εγκατεστημένη στα αντίστοιχα εδάφη τους. Στην περίπτωση αυτή, η χρηματοδοτική συμμετοχή της Κοινότητας δεν υπερβαίνει τα όρια που αναφέρονται στο άρθρο 13 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008.
3. Οι χρηματοδοτικές συμμετοχές που προβλέπονται στο άρθρο 13 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008 αναφέρονται στο πρόγραμμα που κοινοποιείται στην Επιτροπή.

*Άρθρο 15***Ειδικοί κανόνες για την εσωτερική αγορά**

1. Σε περίπτωση εφαρμογής του άρθρου 9 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008, εφαρμόζονται η διαδικασία που προβλέπεται στο άρθρο 11 παράγραφοι 1, 2 και 3 του παρόντος κανονισμού, καθώς και τα άρθρα 14 έως 23 του παρόντος κανονισμού.

Για τα προγράμματα που προβλέπονται στο άρθρο 9 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008, οι συμβάσεις συνάπτονται μεταξύ των σχετικών κρατών μελών και των οργανισμών εκτέλεσης που έχουν επιλεγεί.

2. Οι δραστηριότητες ενημέρωσης και προώθησης που τυγχάνουν στήριξης δυνάμει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1698/2005 δεν μπορούν να επωφεληθούν από κοινοτική χρηματοδοτική συμμετοχή δυνάμει του παρόντος κανονισμού.

*Άρθρο 16***Σύναψη συμβάσεων και σύσταση εγγυήσεων**

1. Αμέσως μετά την έκδοση της απόφασης της Επιτροπής η οποία αναφέρεται στο άρθρο 11 παράγραφος 3, κάθε προτείνουσα οργάνωση ενημερώνεται από το οικείο κράτος μέλος για την τύχη της αίτησής της.

**▼ B**

Τα κράτη μέλη συνάπτουν συμβάσεις με τις προτεινόμενες οργανώσεις που έχουν επιλεγεί εντός προθεσμίας ενενήντα ημερολογιακών ημερών από την κοινοποίηση της απόφασης της Επιτροπής που αναφέρεται στο άρθρο 11 παράγραφος 3. Μετά τη λήξη της εν λόγω προθεσμίας καμία σύμβαση δεν μπορεί να συναφθεί χωρίς προηγούμενη έγκριση της Επιτροπής.

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

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

3. Η σύμβαση δύναται να συναφθεί από τα δύο μέρη μόνο μετά τη σύσταση, εκ μέρους της προτεινόμενης οργάνωσης και υπέρ του κράτους μέλους, σύμφωνα με τους όρους που προβλέπονται στον τίτλο III του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2220/85, εγγύησης ίσης με το 15 % του ανώτατου ετήσιου ποσού της χρηματοδότησης της Κοινότητας και των σχετικών κρατών μελών, με σκοπό τη διασφάλιση της ορθής εκτέλεσης της σύμβασης.

Ωστόσο, εάν η συμβαλλόμενη οργάνωση είναι οργανισμός δημοσίου δικαίου ή τελεί υπό την εποπτεία οργανισμού του είδους αυτού, η αρμόδια εθνική αρχή μπορεί να δεχθεί γραπτή εγγύηση της εποπτεύουσας αρχής που να καλύπτει το ποσοστό που αναφέρεται στο πρώτο εδάφιο, εφόσον η εν λόγω εποπτεύουσα αρχή αναλαμβάνει:

- α) την υποχρέωση να μεριμνά για την ορθή εκτέλεση των ανειλημμένων υποχρεώσεων·
- β) την υποχρέωση να εξακριβώνει ότι τα ποσά που λαμβάνονται χρησιμοποιούνται όντως για την εκτέλεση των ανειλημμένων υποχρεώσεων.

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

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

**▼ M2**

5. Το κράτος μέλος διαβιβάζει στην Επιτροπή κατόπιν αιτήματός της και εντός δέκα εργάσιμων ημερών αντίγραφο της σύμβασης και απόδειξη για τη σύσταση της εγγύησης.

Το κράτος μέλος διαβιβάζει επίσης στην Επιτροπή κατόπιν αιτήματός της και εντός δέκα εργάσιμων ημερών αντίγραφο της σύμβασης που συνάφθηκε από τον επιλεγέντα προτεινόμενα οργανισμό με τον φορέα εκτέλεσης. Η εν λόγω σύμβαση προβλέπει την υποχρέωση του οργανισμού εκτέλεσης να υπόκειται στους ελέγχους που αναφέρονται στο άρθρο 25.

**▼ B***Άρθρο 17***Καθεστώς προκαταβολών**

1. Εντός τριάντα ημερολογιακών ημερών από την ημερομηνία υπογραφής της σύμβασης που αναφέρεται στο άρθρο 16 παράγραφος 1 και σε περίπτωση πολυετών προγραμμάτων εντός τριάντα ημερών από την αρχή κάθε δωδεκάμηνης περιόδου, η συμβαλλόμενη οργάνωση μπορεί να υποβάλει στο κράτος μέλος αίτηση για προκαταβολή συνοδευόμενη από την εγγύηση που αναφέρεται στην παράγραφο 3 του παρόντος άρθρου. Μετά τη λήξη της προθεσμίας, δεν είναι πλέον δυνατόν να ζητηθεί προκαταβολή.

**▼B**

Κάθε προκαταβολή καλύπτει κατ' ανώτατο όριο το 30 % του ποσού της ετήσιας κοινοτικής συνεισφοράς, καθώς και εκείνης του ή των οικείων κρατών μελών, οι οποίες αναφέρονται αντιστοίχως στις παραγράφους 2 και 3 του άρθρου 13 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008.

2. Η πληρωμή της προκαταβολής από το κράτος μέλος πραγματοποιείται εντός τριάντα ημερολογιακών ημερών από την υποβολή της αίτησης για προκαταβολή. Πλην περιπτώσεων ανωτέρας βίας, οιαδήποτε καθυστέρηση των πληρωμών συνεπάγεται μείωση του ποσού της μηνιαίας προκαταβολής που καταβάλλεται από την Επιτροπή στο κράτος μέλος, σύμφωνα με τους κανόνες που προβλέπονται στο άρθρο 9 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 883/2006 της Επιτροπής <sup>(1)</sup>.

**▼M2**

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

**▼B**

Ωστόσο, εάν η συμβαλλόμενη οργάνωση είναι οργανισμός δημοσίου δικαίου ή τελεί υπό την εποπτεία οργανισμού του είδους αυτού, η αρμόδια εθνική αρχή μπορεί να δεχθεί γραπτή εγγύηση της εποπτεύουσας αρχής που να καλύπτει το ποσοστό που αναφέρεται στο πρώτο εδάφιο, εφόσον η εν λόγω εποπτεύουσα αρχή αναλαμβάνει να καταβάλει το ποσό που καλύπτει η εγγύηση σε περίπτωση που δεν θεμελιώνεται δικαίωμα για το προκαταβληθέν ποσό.

*Άρθρο 18***Ενδιάμεσες πληρωμές**

1. Οι αιτήσεις για τις ενδιάμεσες πληρωμές της κοινοτικής συνεισφοράς και της συνεισφοράς των κρατών μελών υποβάλλονται από τις προτεινόμενες οργάνώσεις στα κράτη μέλη, πριν από το τέλος του ημερολογιακού μήνα που ακολουθεί εκείνο της λήξης κάθε τριμηνιαίας περιόδου, υπολογιζόμενης από την ημερομηνία υπογραφής της σύμβασης που αναφέρεται στο άρθρο 16 παράγραφος 1.

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

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

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

<sup>(1)</sup> ΕΕ L 171 της 23.6.2006, σ. 1.

**▼B**

3. Οι ενδιάμεσες πληρωμές και οι προκαταβολές που αναφέρονται στο άρθρο 17 δεν μπορούν να υπερβούν συνολικά το 80 % του συνόλου της ετήσιας χρηματοδοτικής συνεισφοράς της Κοινότητας και των αντίστοιχων συνεισφορών των σχετικών κρατών μελών, οι οποίες αναφέρονται αντιστοίχως στις παραγράφους 2 και 3 του άρθρου 13 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008. Μόλις συμπληρωθεί το ποσοστό αυτό, δεν υποβάλλεται καμία νέα αίτηση για ενδιάμεση πληρωμή.

*Άρθρο 19***Πληρωμή του υπολοίπου**

1. Η αίτηση πληρωμής του υπολοίπου υποβάλλεται από την προτεινόμενη οργάνωση στο κράτος μέλος εντός προθεσμίας τεσσάρων μηνών από την ημερομηνία ολοκλήρωσης των ετήσιων ενεργειών οι οποίες προβλέπονται στη σύμβαση που αναφέρεται στο άρθρο 16 παράγραφος 1.

Για να θεωρηθεί παραδεκτή, η αίτηση συνοδεύεται από έκθεση (στο εξής «ετήσια έκθεση») που αποτελείται από:

- α) ανακεφαλαιωτική κατάσταση των ενεργειών που υλοποιήθηκαν και αξιολόγηση των επιτευχθέντων αποτελεσμάτων κατά την ημερομηνία της έκθεσης·
- β) ανακεφαλαιωτική οικονομική κατάσταση στην οποία εμφανίζονται οι προγραμματισθείσες και πραγματοποιηθείσες δαπάνες.

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

Πλην περιπτώσεων ανωτέρας βίας, η καθυστερημένη υποβολή της αίτησης πληρωμής του υπολοίπου συνεπάγεται μείωση του υπολοίπου κατά 3 % ανά μήνα καθυστέρησης.

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

Το υπόλοιπο μειώνεται ανάλογα με τη βαρύτητα της αθέτησης της πρωτογενούς απαίτησης που αναφέρεται στο άρθρο 16 παράγραφος 4.

*Άρθρο 20***Πληρωμές από το κράτος μέλος**

Το κράτος μέλος διενεργεί τις πληρωμές που προβλέπονται στα άρθρα 18 και 19 εντός προθεσμίας εξήντα ημερολογιακών ημερών από τη λήψη της αίτησης πληρωμής.

Ωστόσο, η εν λόγω προθεσμία μπορεί να ανασταλεί, ανά πάσα στιγμή κατά την περίοδο των εξήντα ημερών μετά την αρχική καταχώριση της αίτησης πληρωμής, με κοινοποίηση στη συμβαλλόμενη πιστώτρια οργάνωση ότι η αίτηση δεν είναι παραδεκτή, είτε διότι η οφειλή δεν έχει καταστεί απαιτητή είτε διότι δεν συνοδεύεται από τα δικαιολογητικά έγγραφα που απαιτούνται για όλες τις συμπληρωματικές αιτήσεις ή διότι το κράτος μέλος κρίνει απαραίτητο να λάβει συμπληρωματικές πληροφορίες ή να προβεί σε ελέγχους. Η προθεσμία συνεχίζεται και πάλι από την ημερομηνία λήψης των ζητούμενων πληροφοριών ή από την ημερομηνία των επαληθεύσεων που διενεργούνται από το κράτος μέλος, οι οποίες πρέπει να διαβιβάζονται ή να διενεργούνται αντιστοίχως, εντός προθεσμίας τριάντα ημερολογιακών ημερών από την κοινοποίηση.



**▼ B**

Πλην περιπτώσεων ανωτέρας βίας, οιαδήποτε καθυστέρηση των πληρωμών συνεπάγεται μείωση του ποσού της μηνιαίας προκαταβολής που καταβάλλεται από την Επιτροπή στο κράτος μέλος, σύμφωνα με τους κανόνες που προβλέπονται στο άρθρο 9 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 883/2006.

*Άρθρο 21***Εγγυήσεις**

1. Η εγγύηση που αναφέρεται στο άρθρο 17 παράγραφος 3 αποδεδεσμεύεται στο μέτρο που θεμελιώνεται το οριστικό δικαίωμα για το προκαταβληθέν ποσό από το σχετικό κράτος μέλος.

2. Η εγγύηση που αναφέρεται στο άρθρο 16 παράγραφος 3 πρέπει να ισχύει έως την καταβολή του υπολοίπου και αποδεδεσμεύεται με επιστολή απαλλαγής της αρμόδιας εθνικής αρχής.

Η αποδέσμευση της εγγύησης πραγματοποιείται εντός των προθεσμιών και σύμφωνα με τους όρους του άρθρου 20 για την καταβολή του υπολοίπου.

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

*Άρθρο 22***Έγγραφα που διαβιβάζονται στην Επιτροπή**

1. Η ετήσια έκθεση υποβάλλεται μετά την ολοκλήρωση κάθε ετήσιας φάσης, ακόμη και όταν δεν υποβάλλεται καμία αίτηση πληρωμής υπολοίπου.

2. Το κράτος μέλος διαβιβάζει στην Επιτροπή εντός τριάντα ημερολογιακών ημερών από την καταβολή του υπολοίπου που αναφέρεται στο άρθρο 19 παράγραφος 2 τις ανακεφαλαιωτικές καταστάσεις που αναφέρονται στο άρθρο 19 παράγραφος 1 δεύτερο εδάφιο στοιχεία α) και β).

**▼ M2**

3. Το κράτος μέλος διαβιβάζει στην Επιτροπή κατόπιν αιτήματός της και εντός δέκα εργάσιμων ημερών αντίγραφο των τριμηνιαίων εκθέσεων που απαιτούνται για τις ενδιάμεσες πληρωμές σύμφωνα με το άρθρο 18.

**▼ B**

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

Επιπλέον, ο απολογισμός βεβαιώνει ότι, μετά τους ελέγχους που διενεργήθηκαν σύμφωνα με το άρθρο 18 παράγραφος 2 και το άρθρο 19 παράγραφος 2, όλες οι δαπάνες θεωρούνται επιλέξιμες σύμφωνα με τους όρους της σύμβασης.



**▼B**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV  
ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΙ

*Άρθρο 23*

**Χρήση του υλικού**

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

**▼M2**

Αποστέλλουν στην Επιτροπή το εγκριθέν υλικό.

**▼B**

2. Το υλικό που παράγεται και χρηματοδοτείται στο πλαίσιο προγράμματος που αναφέρεται στην παράγραφο 1, και μεταξύ άλλων τα γραφικά, οπτικά και οπτικοακουστικά δημιουργήματα, καθώς και οι κόμβοι στο Διαδίκτυο, μπορεί να χρησιμοποιηθεί μεταγενέστερα ύστερα από προηγούμενη έγγραφη άδεια της Επιτροπής, των σχετικών προτεινουσών οργανώσεων και των κρατών μελών που συνεισφέρουν στη χρηματοδότηση του προγράμματος, λαμβανομένων υπόψη των δικαιωμάτων των αντισυμβαλλομένων, τα οποία απορρέουν από το εθνικό δίκαιο που διέπει τη σύμβαση.

*Άρθρο 24*

**Παρακολούθηση των προγραμμάτων**

1. Η ομάδα παρακολούθησης που προβλέπεται στο άρθρο 12 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008 συνεδριάζει τακτικά για να παρακολουθεί την εξέλιξη των διαφόρων προγραμμάτων που τυγχάνουν χρηματοδότησης στο πλαίσιο του παρόντος κανονισμού.

Για το σκοπό αυτό, η ομάδα παρακολούθησης ενημερώνεται, για κάθε πρόγραμμα, για το χρονοδιάγραμμα των προβλεπόμενων ενεργειών, για τις τριμηνιαίες και ετήσιες εκθέσεις καθώς και για τα αποτελέσματα των ελέγχων που διενεργήθηκαν κατ' εφαρμογή των άρθρων 18, 19 και 25 του παρόντος κανονισμού.

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

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

*Άρθρο 25*

**Έλεγχοι που διενεργούνται από τα κράτη μέλη**

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

## ▼B

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

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

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

- α) την ακρίβεια των παρασχεθέντων στοιχείων και δικαιολογητικών·
- β) την εκπλήρωση όλων των υποχρεώσεων που απορρέουν από τη σύμβαση που αναφέρεται στο άρθρο 16 παράγραφος 1.

Με την επιφύλαξη του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1848/2006 της Επιτροπής<sup>(1)</sup>, το κράτος μέλος ενημερώνει το συντομότερο δυνατό την Επιτροπή για κάθε παρατυπία που διαπιστώνεται κατά τους διενεργούμενους ελέγχους.

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

4. Η Επιτροπή μπορεί να συμμετάσχει ανά πάσα στιγμή στους ελέγχους που αναφέρονται στις παραγράφους 1, 2 και 3. Προς τούτο, οι αρμόδιες εθνικές αρχές διαβιβάζουν στην Επιτροπή, τουλάχιστον 30 ημέρες πριν από τη διεξαγωγή των ελέγχων, το προβλεπόμενο χρονοδιάγραμμα των ελέγχων που πρόκειται να διενεργήσει το κράτος μέλος.

Η Επιτροπή μπορεί να διενεργήσει οποιονδήποτε συμπληρωματικό έλεγχο κρίνει αναγκαίο.

#### Άρθρο 26

##### **Ανάκτηση αχρεωστήτως καταβληθέντων ποσών**

1. Σε περίπτωση αχρεωστήτως καταβληθέντων ποσών, ο δικαιούχος επιστρέφει τα εν λόγω ποσά προσαυξημένα με τόκο που υπολογίζεται σε συνάρτηση με το χρονικό διάστημα που μεσολάβησε μεταξύ της πληρωμής και της επιστροφής από τον δικαιούχο.

Το επιτόκιο που πρέπει να εφαρμοστεί καθορίζεται σύμφωνα με το άρθρο 86 παράγραφος 2 στοιχείο β) του κανονισμού (ΕΚ, Ευρατόμ) αριθ. 2342/2002.

2. Τα ανακτηθέντα ποσά, καθώς και οι τόκοι, καταβάλλονται στους οργανισμούς ή τις υπηρεσίες πληρωμής των κρατών μελών, οι οποίοι τα αφαιρούν από τις δαπάνες που χρηματοδοτούνται από το ΕΓΤΕ, κατ' αναλογία της κοινοτικής χρηματοδοτικής συμμετοχής.

<sup>(1)</sup> ΕΕ L 355 της 15.12.2006, σ. 56.

▼ B*Άρθρο 27***Κυρώσεις**

1. Σε περίπτωση απάτης ή βαριάς αμέλειας, η προτείνουσα οργάνωση επιστρέφει το διπλάσιο της διαφοράς μεταξύ του ποσού που καταβλήθηκε αρχικά και του πραγματικά οφειλόμενου ποσού.
2. Με την επιφύλαξη του άρθρου 6 του κανονισμού (ΕΚ, Ευρατόμ) αριθ. 2988/95 του Συμβουλίου <sup>(1)</sup>, οι μειώσεις που προβλέπονται στον παρόντα κανονισμό εφαρμόζονται με την επιφύλαξη συμπληρωματικών κυρώσεων που ενδεχομένως επιβάλλονται δυνάμει άλλων διατάξεων του κοινοτικού δικαίου ή των εθνικών δικαίων.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ V

**ΚΑΤΑΡΓΟΥΜΕΝΕΣ, ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΤΕΛΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ***Άρθρο 28***Καταργούμενες διατάξεις**

Οι κανονισμοί (ΕΚ) αριθ. 1071/2005 και (ΕΚ) αριθ. 1346/2005 καταργούνται.

Ωστόσο, οι καταργούμενοι κανονισμοί εξακολουθούν να εφαρμόζονται στα προγράμματα ενημέρωσης και προώθησης, των οποίων η χρηματοδότηση εγκρίθηκε από την Επιτροπή πριν από την έναρξη ισχύος του παρόντος κανονισμού.

Οι παραπομπές στους καταργούμενους κανονισμούς νοούνται ως παραπομπές στον παρόντα κανονισμό σύμφωνα με τον πίνακα αντιστοιχίας που εμφαίνεται στο παράρτημα IV.

*Άρθρο 29***Έναρξη ισχύος**

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

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

<sup>(1)</sup> EE L 312 της 23.12.1995, σ. 1.

**▼ B**

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

## ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

## Α. ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΘΕΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

- Νωπά οπωροκηπευτικά,
- μεταποιημένα οπωροκηπευτικά,
- κλωστικό λινάρι,
- ζώντα φυτά, άνθη και καλλωπιστικά φυτά,
- ελαιόλαδο και επιτραπέζιες ελιές,
- σπορέλαια,
- γάλα και γαλακτοκομικά προϊόντα,
- κρέας νωπό, διατηρημένο με απλή ψύξη ή κατεψυγμένο, που έχει παραχθεί σύμφωνα με κοινοτικό ή εθνικό καθεστώς ποιότητας,
- σήμανση των αυγών που προορίζονται για κατανάλωση από τον άνθρωπο,
- μέλι και μελισσοκομικά προϊόντα,

**▼ M1**

- οίνοι με προστατευόμενη ονομασία προέλευσης ή προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη, οίνοι με ένδειξη της οινοποιήσιμης ποικιλίας αμπέλου,

**▼ B**

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

**▼ M3**

- προϊόντα που καλύπτονται από τα συστήματα προστατευόμενων ονομασιών προέλευσης (ΠΟΠ), προστατευόμενων γεωγραφικών ενδείξεων (ΠΓΠ), εγγυημένων παραδοσιακών ιδιότυπων προϊόντων (ΕΠΠΠ) ή προαιρετικών ενδείξεων ποιότητας σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(1)</sup>,

**▼ B**

- βιολογικές καλλιέργειες, σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΟΚ) αριθ. 2092/91 του Συμβουλίου <sup>(2)</sup>, και προϊόντα καταχωρισμένα σύμφωνα με τον εν λόγω κανονισμό,

**▼ M3**

\_\_\_\_\_

- πρόβειο κρέας.

**▼ B**

## Β. ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ

Οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές έχουν σκοπό να δώσουν προσανατολισμούς ως προς τα μηνύματα, τις ομάδες στόχου και τα μέσα που θα πρέπει να βρίσκονται στο επίκεντρο των προγραμμάτων ενημέρωσης και προώθησης για τις διάφορες κατηγορίες προϊόντων.

Με την επιφύλαξη των προτεραιοτήτων που παρατίθενται στο άρθρο 8 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008, οι προτάσεις προγραμμάτων πρέπει εν γένει να καταρτίζονται λαμβάνοντας υπόψη τις ακόλουθες αρχές:

- όταν τα προγράμματα προτείνονται από περισσότερα του ενός κράτη μέλη, πρέπει να περιλαμβάνουν συντονισμένες στρατηγικές, ενέργειες και μηνύματα,
- τα προγράμματα πρέπει κατά προτίμηση να είναι πολυετή και με ικανή εμβέλεια, ώστε να έχουν σημαντικό αντίκτυπο στις αγορές στις οποίες στοχεύουν. Όπου ενδείκνυται, μπορούν να τίθενται σε εφαρμογή στην αγορά περισσότερων του ενός κρατών μελών,

<sup>(1)</sup> ΕΕ L 343 της 14.12.2012, σ. 1.

<sup>(2)</sup> ΕΕ L 198 της 22.7.1991, σ. 1.

**▼B**

- τα μηνύματα των προγραμμάτων πρέπει να παρέχουν αντικειμενικές πληροφορίες σχετικά με τα εγγενή χαρακτηριστικά ή/και τη θρεπτική αξία των προϊόντων στο πλαίσιο μιας ισορροπημένης διατροφής, σχετικά με τις μεθόδους παραγωγής τους ή την προστασία του περιβάλλοντος,
- τα προγράμματα πρέπει να περιέχουν βασικά μηνύματα που ενδιαφέρουν τους καταναλωτές, τους επαγγελματίες ή/και τους εμπορευόμενους σε διάφορα κράτη μέλη.

## ΝΩΠΑ ΟΠΩΡΟΚΗΠΕΥΤΙΚΑ

**1. Επισκόπηση της κατάστασης**

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

Παρατηρείται έλλειψη ενδιαφέροντος εκ μέρους των καταναλωτών, το οποίο είναι ακόμη εντονότερο μεταξύ των νέων, και ιδίως μεταξύ των παιδιών και των εφήβων στα εκπαιδευτικά ιδρύματα. Η συμπεριφορά αυτή έρχεται σε αντίθεση με την ισορροπημένη διατροφή.

**2. Στόχοι**

Επιδιωκόμενος στόχος είναι να βελτιωθεί η εικόνα των προϊόντων –ως προς το ότι είναι «φρέσκο» και «φυσικό»–, να ενθαρρυνθεί η τακτική κατανάλωσή τους και να μειωθεί η μέση ηλικία των καταναλωτών. Ο τελευταίος στόχος μπορεί να επιτευχθεί με την ενθάρρυνση της κατανάλωσης από τους νέους, και ιδίως από τα παιδιά και τους εφήβους που φοιτούν στα εκπαιδευτικά ιδρύματα.

**3. Ομάδες στόχου**

- Νοικοκυριά,
- παιδιά στα εκπαιδευτικά ιδρύματα,
- μονάδες ομαδικής εστίασης,
- ιατροί και διαιτολόγοι.

**4. Βασικά μηνύματα**

- Προώθηση της προσέγγισης «πέντε την ημέρα» (σύσταση που ενθαρρύνει την κατανάλωση τουλάχιστον πέντε μερίδων φρούτων και λαχανικών την ημέρα). Η προσέγγιση αυτή πρέπει να προτιμάται στην περίπτωση ενεργειών προώθησης των οπωροκηπευτικών που προορίζονται ειδικά για τα παιδιά και τους εφήβους στα εκπαιδευτικά ιδρύματα,
- τα προϊόντα είναι φυσικά και φρέσκα,
- ποιότητα (ασφάλεια, θρεπτική και οργανοληπτική αξία, μέθοδοι παραγωγής, προστασία του περιβάλλοντος, σύνδεση με την προέλευση του προϊόντος),
- απόλαυση,
- ισορροπημένη διατροφή,
- ποικιλία και εποχικός χαρακτήρας της προσφοράς νωπών προϊόντων, ενημέρωση για τις διάφορες γεύσεις και χρήσεις τους,
- ιχνηλασιμότητα,
- ευρεία διάθεση στην αγορά και ευκολία παρασκευής: πολλά οπωροκηπευτικά δεν χρειάζονται μαγείρεμα.

**▼ B****5. Βασικά μέσα**

- Ηλεκτρονικά μέσα (ιστοσελίδες στο Διαδίκτυο με παρουσίαση της προσφοράς προϊόντων και παιχνίδια για τους νέους),
- τηλεφωνικές γραμμές παροχής πληροφοριών,
- επαφές δημοσίων σχέσεων με τα μέσα επικοινωνίας, διαφήμιση (εξειδικευμένος Τύπος, γυναικείος Τύπος, νεανικά περιοδικά κ.λπ.),
- επαφές με ιατρούς και διαιτολόγους,
- παιδαγωγική δράση που απευθύνεται σε παιδιά και εφήβους στα εκπαιδευτικά ιδρύματα, με κινητοποίηση των εκπαιδευτικών και των υπευθύνων για τα σχολικά κυκλεία,
- ενέργειες ενημέρωσης των καταναλωτών στα σημεία πώλησης,
- άλλα μέσα (ενημερωτικά φυλλάδια και διαφημιστικά έντυπα με πληροφορίες για τα προϊόντα και συνταγές, παιχνίδια για παιδιά κ.λπ.),
- οπτικά μέσα επικοινωνίας (κινηματογράφος, ειδικοί τηλεοπτικοί σταθμοί),
- ραδιοφωνικά μηνύματα,
- συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις.

**6. Διάρκεια των προγραμμάτων**

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

**ΜΕΤΑΠΟΙΗΜΕΝΑ ΟΠΩΡΟΚΗΠΕΥΤΙΚΑ****1. Επισκόπηση της κατάστασης**

Ο τομέας αντιμετωπίζει αυξανόμενο ανταγωνισμό από διάφορες τρίτες χώρες.

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

**2. Στόχοι**

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

**3. Ομάδες στόχου**

- Νοικοκυριά,
- μονάδες ομαδικής εστίασης και σχολικά κυκλεία,
- ιατροί και διαιτολόγοι.

**4. Βασικά μηνύματα**

- Ποιότητα (ασφάλεια, θρεπτική και οργανοληπτική αξία, μέθοδοι παρασκευής),
- ευκολία χρήσης,
- απόλαυση,
- ποικιλία προϊόντων διαθέσιμων καθ' όλη τη διάρκεια του έτους,
- ισορροπημένη διατροφή,
- ιχνηλασιμότητα.

**▼ B****5. Βασικά μέσα**

- Ηλεκτρονικά μέσα (ιστοσελίδες στο Διαδίκτυο),
- τηλεφωνικές γραμμές παροχής πληροφοριών,
- επαφές δημοσίων σχέσεων με τα μέσα επικοινωνίας και διαφήμιση (εξειδικευμένος Τύπος, γυναικείος Τύπος, περιοδικά μαγειρικής κ.λπ.),
- επιδείξεις στα σημεία πώλησης,
- επαφές με ιατρούς και διαιτολόγους,
- άλλα μέσα (ενημερωτικά φυλλάδια και διαφημιστικά έντυπα με τα προϊόντα και συνταγές),
- οπτικά μέσα επικοινωνίας,
- συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις.

**6. Διάρκεια των προγραμμάτων**

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

**ΚΛΩΣΤΙΚΟ ΛΙΝΑΡΙ****1. Επισκόπηση της κατάστασης**

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

**2. Στόχοι**

- Αναβάθμιση της εικόνας και της φήμης του κοινοτικού λιναριού και αξιοποίηση των χαρακτηριστικών ιδιοτήτων του,
- αύξηση της κατανάλωσης του προϊόντος,
- ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με τα χαρακτηριστικά των νέων προϊόντων που εμφανίζονται στην αγορά.

**3. Ομάδες στόχου**

- Τα κυριότερα επαγγέλματα του κλάδου (στυλίστες, δημιουργοί, σχεδιαστές, κατασκευαστές ετοιμών ενδυμάτων, εκδότες),
- διανομείς,
- κόσμος της εκπαίδευσης στον τομέα των κλωστοϋφαντουργικών, της μόδας και της εσωτερικής διακόσμησης (διδάσκοντες και σπουδαστές),
- διαμορφωτές της κοινής γνώμης,
- καταναλωτές.

**4. Βασικά μηνύματα**

- Η ποιότητα του προϊόντος είναι αποτέλεσμα των συνθηκών παραγωγής της πρώτης ύλης, της επιλογής των κατάλληλων ποικιλιών και της τεχνολογίας όλων των παραγόντων στην αλυσίδα παραγωγής·
- το κοινοτικό λινάρι προσφέρεται για ευρύ φάσμα προϊόντων (ενδύματα, διακόσμηση, λευκά είδη) και παρουσιάζει μεγάλο πλούτο δημιουργικότητας και καινοτομίας.

**5. Βασικά μέσα**

- Ηλεκτρονικά μέσα (ιστοσελίδες στο Διαδίκτυο),
- επαγγελματικές επιδείξεις και εμπορικές εκθέσεις,



**▼ B**

- ενέργειες ενημέρωσης στο μέρος του κυκλώματος μετά την παραγωγή (δημιουργοί, κατασκευαστές ετοιμών ενδυμάτων, διανομείς και εκδότες),
- ενημέρωση στα σημεία πώλησης,
- σχέσεις με τον εξειδικευμένο Τύπο,
- διδακτικές ενέργειες ενημέρωσης σε σχολές μηχανικών κλωστοϋφαντουργίας, σε σχολές μόδας κ.λπ.

**6. Διάρκεια των προγραμμάτων**

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

**ΖΩΝΤΑ ΦΥΤΑ, ΑΝΘΗ ΚΑΙ ΚΑΛΛΩΠΙΣΤΙΚΑ ΦΥΤΑ****1. Επισκόπηση της κατάστασης**

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

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

**2. Στόχοι**

- Αύξηση της κατανάλωσης ανθέων και φυτών κοινοτικής προέλευσης,
- ενθάρρυνση των πρακτικών που ωφελούν το περιβάλλον και αύξηση των γνώσεων σχετικά με φιλοπεριβαλλοντικές μεθόδους,
- ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ επαγγελματιών από διάφορα κράτη μέλη, ώστε να καταστεί δυνατή, μεταξύ άλλων, η ανταλλαγή των πλέον προηγμένων γνώσεων στον εν λόγω τομέα και η καλύτερη ενημέρωση όλων των συντελεστών της αλυσίδας παραγωγής.

**3. Ομάδες στόχου**

- Παραγωγοί, φυτώρια, διανομείς και άλλοι παράγοντες του τομέα,
- σπουδαστές και μαθητές,
- διαμορφωτές της κοινής γνώμης: δημοσιογράφοι, εκπαιδευτικοί,
- καταναλωτές.

**4. Βασικά μηνύματα**

- Ενημέρωση σχετικά με την ποιότητα και την ποικιλία των κοινοτικών προϊόντων,
- φιλοπεριβαλλοντικές μέθοδοι παραγωγής,
- τεχνικές για την εξασφάλιση μεγαλύτερης διάρκειας των προϊόντων,
- άριστος συνδυασμός διαφόρων ποικιλιών φυτών και ανθέων,
- ρόλος των φυτών και των ανθέων στην ευεξία και την ποιότητα ζωής.

**▼ B****5. Βασικά μέσα**

- Επαφές με τα μέσα επικοινωνίας,
- εμπορικές και άλλες εκθέσεις: ομαδικά εκθεσιακά περίπτερα που παρουσιάζουν προϊόντα από διάφορα κράτη μέλη,
- ενέργειες επιμόρφωσης των επαγγελματιών, των καταναλωτών και των σπουδαστών,
- ενέργειες ανταλλαγής γνώσεων για την εξασφάλιση μεγαλύτερης διάρκειας των προϊόντων,
- ενέργειες ενημέρωσης των καταναλωτών μέσω του Τύπου, καθώς και με πρωτοβουλίες όπως έκδοση καταλόγων, ημερολογίων για κηπουρούς και, ενδεχομένως, εκστρατείες για το «φυτό του μήνα»,
- αυξημένη χρησιμοποίηση των ηλεκτρονικών μέσων (Διαδίκτυο, CD-ROM κ.λπ.).

**6. Διάρκεια των προγραμμάτων**

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

**ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΚΑΙ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΕΣ ΕΛΙΕΣ****1. Επισκόπηση της κατάστασης**

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

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

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

**2. Στόχοι**

- Κατά προτεραιότητα: να αυξηθεί η κατανάλωση στα κράτη μέλη «νέους καταναλωτές» με την αύξηση της διείσδυσης στην αγορά και να αυξηθεί η κατανάλωση με τη διαφοροποίηση της χρήσης των προϊόντων αυτών και την παροχή των αναγκαίων πληροφοριών,
- να εδραιωθεί και να αυξηθεί η κατανάλωση στα κράτη μέλη «παραδοσιακούς καταναλωτές», βελτιώνοντας την ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με λιγότερο γνωστές πτυχές των προϊόντων αυτών και συνηθίζοντας τους νέους να τα αγοράζουν.

**3. Ομάδες στόχου**

- Άτομα υπεύθυνα για τις προμήθειες: στην περίπτωση των κρατών μελών «παραδοσιακών καταναλωτών», κυρίως άτομα ηλικίας 20 έως 40 ετών,

**▼ B**

- διαμορφωτές της κοινής γνώμης (ειδικοί γαστρονομίας, αρχιμάγειροι, εστιατορές, δημοσιογράφοι), γενικός και εξειδικευμένος Τύπος [γαστρονομικός, γυναικείος, διάφορα περιοδικά για τον τρόπο ζωής (lifestyle)],
- ιατρικός και παραϊατρικός τύπος,
- διανομείς (στα κράτη μέλη «νέους καταναλωτές»).

**4. Βασικά μηνύματα**

- Οι γαστρονομικές ιδιότητες και τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά του παρθένου ελαιολάδου (άρωμα, χρώμα, γεύση) παρουσιάζουν λεπτές διαφορές, που συνδέονται με τις ποικιλίες, τις περιοχές, τις συγκομιδές, τις ΠΟΠ/ΠΓΕ κ.λπ. Αυτή η διαφοροποίηση προσφέρει ευρύ φάσμα γαστρονομικών αισθήσεων και δυνατοτήτων,
- υπάρχουν διάφορες κατηγορίες ελαιολάδου,
- το ελαιόλαδο, χάρη στις θρεπτικές του ιδιότητες, αποτελεί σημαντικό στοιχείο για μια υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή: επιτυγχάνει συνδυασμό των γαστρονομικών απολαύσεων με τις απαιτήσεις υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής,
- ενημέρωση επί της νομοθεσίας για θέματα ελέγχου, πιστοποίησης της ποιότητας και επισήμανσης των ελαιολάδων,
- ενημέρωση επί του συνόλου των ελαιολάδων ή/και των επιτραπέζιων ελιών που έχουν καταχωριστεί ως ΠΟΠ/ΠΓΕ στην Κοινότητα,
- οι επιτραπέζιες ελιές είναι υγιεινό και φυσικό προϊόν, που προσφέρεται τόσο για πρόχειρη κατανάλωση όσο και για την παρασκευή περίπλοκων φαγητών,
- χαρακτηριστικά των διαφόρων ποικιλιών επιτραπέζιων ελιών.

Ειδικότερα στα κράτη μέλη «νέους καταναλωτές»:

- το ελαιόλαδο, και ιδίως η κατηγορία εξαιρετικά παρθένο, είναι φυσικό προϊόν, με μακρά παράδοση και παλιά τεχνογνωσία, το οποίο ταιριάζει στη σύγχρονη κουζίνα που χαρακτηρίζεται από μεγάλη ποικιλία γεύσεων· μπορεί να συνδυαστεί, εκτός από τη μεσογειακή κουζίνα, με οποιαδήποτε σύγχρονη μαγειρική,
- συμβουλές για τη χρήση του στην κουζίνα.

Ειδικότερα στα κράτη μέλη «παραδοσιακούς καταναλωτές»:

- τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζει η αγορά τυποποιημένου ελαιολάδου (με επισήμανση που περιέχει χρήσιμες πληροφορίες για τον καταναλωτή),
- ανανέωση της εικόνας του προϊόντος, το οποίο έχει μακρά ιστορία και σημαντική πολιτιστική διάσταση.

Με την επιφύλαξη του άρθρου 4 παράγραφος 3, η ενημέρωση επί των θρεπτικών ιδιοτήτων του ελαιολάδου και των επιτραπέζιων ελιών πρέπει να βασίζεται σε γενικώς αποδεκτά επιστημονικά δεδομένα και να πληροί τις απαιτήσεις που καθορίζονται στην οδηγία 2000/13/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου<sup>(1)</sup>.

**5. Βασικά μέσα**

- Διαδίκτυο και άλλα ηλεκτρονικά μέσα (CD-ROM, DVD κ.λπ.),
- προώθηση στα σημεία πώλησης (δοκιμή, συνταγές, ενημέρωση),

<sup>(1)</sup> ΕΕ L 109 της 6.5.2000, σ. 29.

**▼B**

- σχέσεις με τον Τύπο και δημόσιες σχέσεις (εκδηλώσεις, συμμετοχή σε εκθέσεις καταναλωτών κ.λπ.),
- διαφήμιση (ή διαφημιστικά ρεπορτάζ) στον Τύπο (γενικό, γαστρονομικό, γυναικείο, τρόπου ζωής),
- συνδυασμένες ενέργειες από κοινού με τα ιατρικά και παραϊατρικά επαγγέλματα (ιατρικές δημόσιες σχέσεις),
- οπτικοακουστικά μέσα επικοινωνίας (τηλεόραση και ραδιόφωνο),
- συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις.

**6. Διάρκεια και εμφάνιση των προγραμμάτων**

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

Θα προτιμηθούν προγράμματα που πρόκειται να υλοποιηθούν σε τουλάχιστον δύο κράτη μέλη «νέους καταναλωτές».

**ΣΠΟΡΕΛΑΙΑ**

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

**A. ΚΡΑΜΒΕΛΑΙΟ****1. Επισκόπηση της κατάστασης**

Μετά τη μεταρρύθμιση της κοινής γεωργικής πολιτικής, η παραγωγή κραμβελαίου δεν λαμβάνει καμία ειδική ενίσχυση και πρέπει να βασιστεί πλέον στις ανάγκες της αγοράς. Η προώθηση του κραμβελαίου, το οποίο προσφέρει αυξημένες δυνατότητες παραγωγής και αποτελεί εναλλακτική λύση στην παραγωγή σιτηρών που χαρακτηρίζεται από διαθροωτική υπερπαραγωγή, θα συμβάλει στην εξισορρόπηση της αγοράς των αροτραίων καλλιεργειών και στην κατανάλωση διαφόρων φυτικών ελαίων στην Κοινότητα. Επί του παρόντος, η Κοινότητα είναι καθαρός εξαγωγέας κραμβελαίου.

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

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

**2. Στόχοι**

- Βελτίωση της επίγνωσης των χαρακτηριστικών του κραμβελαίου και της πρόσφατης εξέλιξής του,
- αύξηση της κατανάλωσης, με την ενημέρωση των καταναλωτών, των ιατρικών και παραϊατρικών επαγγελματιών σχετικά με τη χρήση και τη θρεπτική αξία του κραμβελαίου.

**3. Ομάδες στόχου**

- Νοικοκυριά, και ιδίως άτομα υπεύθυνα για τις προμήθειες,
- διαμορφωτές της κοινής γνώμης (δημοσιογράφοι, αρχιμάγειροι, ιατροί και διαιτολόγοι),
- διανομείς,

**▼B**

- ιατρικός και παραϊατρικός τύπος,
- γεωργική βιομηχανία τροφίμων.

**4. Βασικά μηνύματα**

- Το κραμβέλαιο, χάρη στη θρεπτική του αξία, αποτελεί σημαντικό στοιχείο για μια υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή,
- η σύσταση του κραμβελαίου, που περιέχει ωφέλιμα λιπαρά οξέα,
- συμβουλές για τη χρήση του στην κουζίνα,
- πληροφορίες για την εξέλιξη του προϊόντος και τις ποικιλίες του.

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

**5. Βασικά μέσα**

- Προώθηση στα σημεία πώλησης (δοκιμή, συνταγές, ενημέρωση),
- διαφήμιση (ή διαφημιστικά ρεπορτάζ) στον Τύπο [γενικό, γαστρονομικό, γυναικείο, για τον τρόπο ζωής (lifestyle)],
- δημόσιες σχέσεις (εκδηλώσεις, συμμετοχή σε εκθέσεις τροφίμων),
- συνδυασμένες ενέργειες από κοινού με τα ιατρικά και παραϊατρικά επαγγέλματα,
- συνδυασμένες ενέργειες από κοινού με τα εστιατόρια, τις επιχειρήσεις ομαδικής εστίασης και τους αρχιμάγειρους,
- Διαδίκτυο.

**6. Διάρκεια των προγραμμάτων**

Από 12 έως 36 μήνες.

**B. ΗΛΙΕΛΑΙΟ**

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

**1. Επισκόπηση της κατάστασης**

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

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

**▼ B****2. Στόχοι**

Ενημέρωση των καταναλωτών και των εμπορευομένων σχετικά με τα εξής:

- διάφορες χρήσεις, χαρακτηριστικά και θρεπτική αξία του ηλιελαίου,
- νομοθεσία και πρότυπα που αφορούν την ποιότητα, διατάξεις σχετικά με την επισήμανση.

**3. Ομάδες στόχου**

- Νοικοκυριά, και ιδίως άτομα υπεύθυνα για τις προμήθειες,
- διαμορφωτές της κοινής γνώμης (δημοσιογράφοι, αρχιμάγειροι, ιατροί και διαιτολόγοι),
- διανομείς,
- γεωργική βιομηχανία τροφίμων.

**4. Βασικά μηνύματα**

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

- πλεονεκτήματα της κατάλληλης χρήσης του ηλιελαίου. Παραδείγματος χάριν, το ηλιέλαιο που παράγεται από ηλιανθόσπορους ελαιόπαραγωγικού τύπου έχει υψηλή περιεκτικότητα σε βιταμίνη E σε σύγκριση με άλλα φυτικά έλαια. Το ηλιέλαιο είναι γνωστό ότι έχει ελαφρά γεύση και προσφέρεται για τηγάνισμα,
- νομοθεσία και πρότυπα που διέπουν την ποιότητα του ηλιελαίου,
- σύσταση του ηλιελαίου σε λιπαρά οξέα και θρεπτική του αξία,
- αποτελέσματα της επιστημονικής έρευνας και της τεχνικής εξέλιξης του ηλιελαίου και άλλων φυτικών ελαίων,

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

**5. Βασικά μέσα**

- Διανομή ενημερωτικού υλικού στα σημεία πώλησης, καθώς και στους εμπορευόμενους,
- διαφήμιση (ή διαφημιστικά ρεπορτάζ) στον Τύπο [γενικό, γαστρονομικό, γυναικείο, για τον τρόπο ζωής (lifestyle)],
- δημόσιες σχέσεις (εκδηλώσεις, συμμετοχή σε εκθέσεις τροφίμων),
- Διαδίκτυο.

**6. Διάρκεια των προγραμμάτων**

Από 12 έως 36 μήνες.

**ΓΑΛΑ ΚΑΙ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ****1. Επισκόπηση της κατάστασης**

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

**▼ B****2. Στόχοι**

- Αύξηση της κατανάλωσης γάλακτος σε υγρή μορφή στις αγορές όπου υπάρχουν δυνατότητες ανάπτυξης και διατήρηση του επιπέδου κατανάλωσης στις κορεσμένες αγορές,
- αύξηση της κατανάλωσης γαλακτοκομικών προϊόντων εν γένει,
- ενθάρρυνση της κατανάλωσης του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων από τους νέους, οι οποίοι είναι οι μελλοντικοί ενήλικοι καταναλωτές.

**3. Ομάδες στόχου**

Καταναλωτές εν γένει, και ειδικότερα:

- παιδιά και έφηβοι, και ιδίως τα κορίτσια ηλικίας 8 έως 13 ετών,
- γυναίκες διαφόρων ομάδων ηλικίας,
- ηλικιωμένοι.

**4. Βασικά μηνύματα**

- Το γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα είναι προϊόντα υγιεινά, φυσικά, προσαρμοσμένα στον σύγχρονο τρόπο ζωής, τα οποία καταναλώνονται με ευχαρίστηση,
- το γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα έχουν ιδιαίτερη θρεπτική αξία, ωφέλιμη ιδίως για ορισμένες ομάδες ηλικίας,
- το περιεχόμενο των μηνυμάτων πρέπει να είναι θετικό, πρέπει δε να λαμβάνονται υπόψη οι ιδιομορφίες της κατανάλωσης στις διάφορες αγορές,
- υπάρχει μεγάλη ποικιλία γαλακτοκομικών προϊόντων, που είναι κατάλληλα για διάφορους καταναλωτές σε διάφορες περιπτώσεις κατανάλωσης,
- υπάρχουν γάλα και γαλακτοκομικά προϊόντα με λιγότερα λιπαρά, τα οποία ίσως ενδείκνυται περισσότερο για ορισμένους καταναλωτές,
- πρέπει να εξασφαλιστεί η συνέχεια των βασικών μηνυμάτων καθ' όλη τη διάρκεια του προγράμματος, προκειμένου να πεισθούν οι καταναλωτές για τα οφέλη της τακτικής κατανάλωσης γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων.

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

**5. Βασικά μέσα**

- Ηλεκτρονικά μέσα,
- τηλεφωνικές γραμμές παροχής πληροφοριών,
- επαφές με τα μέσα επικοινωνίας και διαφήμιση (εξειδικευμένος Τύπος, γυναικείος Τύπος, νεανικά περιοδικά κ.λπ.),
- επαφές με ιατρούς και διαιτολόγους,
- επαφές με εκπαιδευτικούς και σχολεία,
- άλλα μέσα (ενημερωτικά φυλλάδια και διαφημιστικά έντυπα, παιχνίδια για παιδιά κ.λπ.),
- επιδείξεις στα σημεία πώλησης,
- οπτικά μέσα επικοινωνίας (κινηματογράφος, ειδικοί τηλεοπτικοί σταθμοί),



**▼B**

- ραδιοφωνικά μηνύματα,
- συμμετοχή σε εμπορικές και άλλες εκθέσεις.

**6. Διάρκεια και εμβέλεια των προγραμμάτων**

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

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

**1. Επισκόπηση της κατάστασης**

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

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

**2. Στόχοι**

- Οι ενημερωτικές εκστρατείες περιορίζονται σε προϊόντα που έχουν παραχθεί στο πλαίσιο των ευρωπαϊκών συστημάτων ποιότητας (►M3 ΠΟΠ/ΠΓΕ/ΕΠΙΠ, προαιρετικές ενδείξεις ποιότητας και βιολογική γεωργία ◄), και των συστημάτων ποιότητας που έχουν αναγνωρισθεί από τα κράτη μέλη και πληρούν τα κριτήρια του άρθρου 32 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1698/2005. Με την επιφύλαξη του άρθρου 15 παράγραφος 2 του παρόντος κανονισμού, οι ενημερωτικές εκστρατείες που χρηματοδοτούνται βάσει του παρόντος κανονισμού δεν πρέπει να χρηματοδοτούνται και βάσει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1698/2005,
- οι εκστρατείες αυτές έχουν ως στόχο την εξασφάλιση αντικειμενικής και διεξοδικής πληροφόρησης σχετικά με τη νομοθεσία των κοινοτικών και εθνικών συστημάτων ποιότητας για την ασφάλεια των προϊόντων με βάση το κρέας. Πρέπει να ενημερώνουν τους καταναλωτές, τους διαμορφωτές της κοινής γνώμης και τους διανομείς για τις προδιαγραφές των προϊόντων και τους πραγματικούς ελέγχους που προβλέπουν τα εν λόγω συστήματα ποιότητας.

**3. Ομάδες στόχου**

- Καταναλωτές και οι ενώσεις τους,
- άτομα υπεύθυνα για τις προμήθειες του νοικοκυριού,
- ιδρύματα (εστιατόρια, νοσοκομεία, σχολεία κ.λπ.),
- διανομείς και οι ενώσεις τους,
- δημοσιογράφοι και διαμορφωτές της κοινής γνώμης.

**4. Βασικά μηνύματα**

- Τα καθεστώτα ποιότητας εξασφαλίζουν ειδικό τρόπο παραγωγής και ελέγχους που είναι πιο αυστηροί από εκείνους που απαιτούνται από τη νομοθεσία,
- τα προϊόντα ποιότητας με βάση το κρέας έχουν ειδικά χαρακτηριστικά και είναι υψηλότερης ποιότητας σε σχέση με τους συνηθισμένους εμπορικούς κανόνες,
- τα κοινοτικά και εθνικά καθεστώτα ποιότητας χαρακτηρίζονται από διαφάνεια και εξασφαλίζουν πλήρη ιχνηλασιμότητα των προϊόντων,

**▼B**

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

**5. Βασικά μέσα**

- Διαδίκτυο,
- δημόσιες σχέσεις με τα μέσα επικοινωνίας και διαφήμιση (επιστημονικός και εξειδικευμένος Τύπος, γυναικείος Τύπος, εφημερίδες, περιοδικά μαγειρικής),
- επαφές με τις ενώσεις καταναλωτών,
- οπτικοακουστικά μέσα επικοινωνίας,
- γραπτή τεκμηρίωση (φυλλάδια, έντυπα κ.λπ.),
- ενημέρωση στα σημεία πώλησης.

**6. Διάρκεια και εμβέλεια των προγραμμάτων**

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

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

**ΣΗΜΑΝΣΗ ΤΩΝ ΑΥΓΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΟΡΙΖΟΝΤΑΙ ΓΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΠΟ ΤΟΝ ΑΝΘΡΩΠΟ**

**1. Επισκόπηση της κατάστασης**

Σύμφωνα με το άρθρο 4 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1028/2006 του Συμβουλίου<sup>(1)</sup>, όλα τα αυγά που προορίζονται για κατάναλωση από τον άνθρωπο φέρουν στο κέλυφος σφραγίδα με κωδικό που ταυτοποιεί τον παραγωγό και το σύστημα εκτροφής των φωτόκων ορνίθων. Ο κωδικός αυτός αποτελείται από έναν αριθμό που ταυτοποιεί την μέθοδο εκτροφής (0 = βιολογική παραγωγή, 1 = ελεύθερης βοσκής, 2 = στρωμνής, 3 = κλωβοστοιχία), από τον κωδικό ISO που ταυτοποιεί το κράτος μέλος στο οποίο βρίσκεται η μονάδα παραγωγής, και από έναν αριθμό που δίδεται από την αρμόδια υπηρεσία στη μονάδα παραγωγής.

**2. Στόχοι**

- Ενημέρωση των καταναλωτών για τα νέα πρότυπα σήμανσης των αυγών και πλήρης εξήγηση της σημασίας του κωδικού που είναι τυπωμένος στα αυγά,
- ενημέρωση για τα συστήματα παραγωγής αυγών, μέσω του κωδικού που είναι τυπωμένος στα αυγά,
- ενημέρωση για τα υπάρχοντα συστήματα ιχνηλασιμότητας.

**3. Ομάδες στόχου**

- Καταναλωτές και διανομείς,
- διαμορφωτές της κοινής γνώμης.

**4. Βασικά μηνύματα**

- Γνωστοποίηση και εξήγηση του νέου κωδικού που είναι τυπωμένος στα αυγά σύμφωνα με την οδηγία 2002/4/ΕΚ της Επιτροπής<sup>(2)</sup> και των χαρακτηριστικών των διαφόρων κατηγοριών αυγών που αντιστοιχούν στον κωδικό αυτό,

<sup>(1)</sup> ΕΕ L 186 της 7.7.2006, σ. 1.

<sup>(2)</sup> ΕΕ L 30 της 31.1.2002, σ. 44.

**▼B**

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

**5. Βασικά μέσα**

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

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

— ενημέρωση στα σημεία πώλησης,

— διαφημίσεις στον Τύπο και σε περιοδικά για τη διατροφή, γυναικεία περιοδικά κ.λπ.,

— σχέσεις με τα μέσα επικοινωνίας.

**6. Διάρκεια του προγράμματος**

Από 12 έως 24 μήνες.

**ΜΕΛΙ ΚΑΙ ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ****1. Επισκόπηση της κατάστασης**

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

Από το 2001, εφαρμόζεται στον τομέα η οδηγία 2001/110/EK του Συμβουλίου <sup>(1)</sup>, με την οποία καθίσταται υποχρεωτικό να συνδέεται στην επισήμανση η ποιότητα με την προέλευση. Τα υποστηριζόμενα προγράμματα πρέπει να επικεντρώνονται στα κοινοτικά μέλια και μελισσοκομικά προϊόντα που φέρουν συμπληρωματική αναφορά στην περιφερειακή, εδαφική ή τοπογραφική προέλευση ή σε σήματα ποιότητας με πιστοποίηση είτε από την Κοινότητα (ΠΟΠ, ΠΓΕ, ΕΠΙΠ ή βιολογικό προϊόν) είτε από κράτος μέλος.

**2. Στόχοι**

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

— ενημέρωση των καταναλωτών για τις ιδιότητες των μη φιλτραρισμένων και μη παστεριωμένων κοινοτικών μελιών,

— βοήθεια στους καταναλωτές για να κατανοήσουν την επισήμανση του κοινοτικού μελιού και παρότρυνση των παραγωγών να βελτιώσουν τη σαφήνεια των ετικετών τους,

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

**3. Ομάδες στόχου**

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

— ηλικιωμένοι και παιδιά,

— διαμορφωτές της κοινής γνώμης.

**4. Βασικά μηνύματα**

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

<sup>(1)</sup> ΕΕ L 10 της 12.1.2002, σ. 47.

**▼ B**

- το μέλι είναι φυσικό προϊόν που βασίζεται στην παράδοση και σε δοκιμασμένη τεχνογνωσία και μπορεί να χρησιμοποιηθεί με διάφορους τρόπους στη σύγχρονη μαγειρική,
- υπάρχει μεγάλη ποικιλία μελιών διαφορετικής γεωγραφικής και βοτανικής προέλευσης καθώς και διαφορετικών εποχών,
- συμβουλές σχετικά με τη χρήση και τη θρεπτική αξία του μελιού,
- η διαφύλαξη της επικοινωνίας είναι ουσιαστικός παράγοντας για τη διατήρηση της βιοποικιλότητας.

**5. Βασικά μέσα**

- Διαφημίσεις στον γενικό και εξειδικευμένο Τύπο [περιοδικά γαστρονομίας και για τον τρόπο ζωής (lifestyle)],
- Διαδίκτυο, κινηματογράφος και άλλα οπτικοακουστικά μέσα επικοινωνίας (τηλεόραση, ραδιόφωνο),
- επιδείξεις στα σημεία πώλησης,
- συμμετοχή σε εμπορικές και άλλες εκθέσεις,
- δημόσιες σχέσεις για το ευρύ κοινό, διοργάνωση εκδηλώσεων με στόχο τα εστιατόρια και τις επιχειρήσεις ομαδικής εστίασης,
- ενημέρωση στα σχολεία (οδηγίες για εκπαιδευτικούς και για σπουδαστές σχολών ξενοδοχειακών υπηρεσιών και τροφοδοσίας).

**6. Διάρκεια και εμβέλεια των προγραμμάτων**

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

**▼ M1**

ΟΙΝΟΙ ΜΕ ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΜΕΝΗ ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ Ή ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΜΕΝΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΕΝΔΕΙΞΗ, ΟΙΝΟΙ ΜΕ ΕΝΔΕΙΞΗ ΤΗΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΣΙΜΗΣ ΠΟΙΚΙΛΙΑΣ ΑΜΠΕΛΟΥ

**1. Επισκόπηση της κατάστασης**

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

**2. Στόχοι**

- Ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με την ποικιλία, την ποιότητα και τις συνθήκες παραγωγής των οίνων της Κοινότητας, καθώς και τα αποτελέσματα των επιστημονικών μελετών
- Ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοολούχων ποτών και τις βλάβες που προκαλεί η κατανάλωσή τους σε επικίνδυνα επίπεδα.

**3. Ομάδες στόχου**

- Διανομείς
- Καταναλωτές, πλην των νέων και των εφήβων που αναφέρονται στη σύσταση 2001/458/EK του Συμβουλίου <sup>(1)</sup>
- Διαμορφωτές της κοινής γνώμης: δημοσιογράφοι, ειδικοί σε θέματα γαστρονομίας
- Σχολές ξενοδοχειακών υπηρεσιών και τροφοδοσίας.

<sup>(1)</sup> ΕΕ L 161 της 16.6.2001, σ. 38.

▼ **M1****4. Βασικά μηνύματα**

- Η κοινοτική νομοθεσία προβλέπει αυστηρούς κανόνες όσον αφορά την παραγωγή, τις ενδείξεις για την ποιότητα, την επισήμανση και την εμπορία, οι οποίοι εγγυώνται στους καταναλωτές την ποιότητα και την ιχνηλασιμότητα των προσφερόμενων προϊόντων
- Ικανοποίηση που προσφέρει η δυνατότητα επιλογής ανάμεσα σε μια ιδιαίτερα μεγάλη ποικιλία οίνων της Κοινότητας διαφορετικών προελεύσεων
- Ενημέρωση για την αμπελουργία της Κοινότητας και τη σχέση της με τις περιφερειακές και τοπικές συνθήκες, τις πολιτιστικές και γευστικές συνήθειες
- Ενημέρωση για την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοολούχων ποτών και για τις βλάβες που σχετίζονται με την ανεύθυνη κατανάλωσή τους.

**5. Βασικά μέσα**

- Ενέργειες ενημέρωσης και δημόσιες σχέσεις
- Ενέργειες κατάρτισης στον κλάδο της διανομής και της εστίασης
- Επαφές με τον εξειδικευμένο τύπο
- Άλλα μέσα (διαδίκτυο, έντυπα και φυλλάδια) για τον προσανατολισμό της επιλογής των καταναλωτών
- Εμπορικές και άλλες εκθέσεις: ομαδικά εκθεσιακά περίπτερα που παρουσιάζουν προϊόντα από διάφορα κράτη μέλη.

**6. Διάρκεια των προγραμμάτων**

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

▼ **M3**

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΚΑΛΥΠΤΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΜΕΝΩΝ ΟΝΟΜΑΣΙΩΝ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ (ΠΟΠ), ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΜΕΝΩΝ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΩΝ ΕΝΔΕΙΞΕΩΝ (ΠΓΕ), ΕΓΓΥΗΜΕΝΩΝ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΙΔΙΟΤΥΠΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΕΙΠΠ) Ή ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΩΝ ΕΝΔΕΙΞΕΩΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ» ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟΝ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟ (ΕΕ) αριθ. 1151/2012

**1. Επισκόπηση της κατάστασης**

Το ενωσιακό σύστημα προστασίας των ονομασιών προϊόντων, το οποίο προβλέπεται στον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1151/2012, αποτελεί προτεραιότητα για την εφαρμογή του σκέλους της κοινής γεωργικής πολιτικής που αφορά την ποιότητα. Πρέπει, επομένως, να συνεχιστούν οι προηγούμενες προσπάθειες για τη διεξαγωγή εκστρατειών με στόχο να γίνουν γνωστές οι ονομασίες και τα προϊόντα που φέρουν προστατευόμενες ονομασίες και προαιρετικές ενδείξεις ποιότητας σε όλους τους πιθανούς συντελεστές της αλυσίδας παραγωγής, παρασκευής, εμπορίας και κατανάλωσης αυτών των προϊόντων.

**2. Στόχοι**

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

Στόχοι των εκστρατειών πρέπει να είναι:

- παροχή εκτενών πληροφοριών σχετικά με το περιεχόμενο, τη λειτουργία και τον ενωσιακό χαρακτήρα των συστημάτων και, ιδίως, των επιπτώσεών τους στην εμπορική αξία των προϊόντων με προστατευόμενες ονομασίες ή με προαιρετικές ενδείξεις ποιότητας, τα οποία επωφελούνται από την προστασία που προσφέρουν τα εν λόγω συστήματα μετά την καταχώρισή τους,

▼ **M3**

- διεύρυνση των γνώσεων των καταναλωτών, των διανομέων και των επαγγελματιών του κλάδου των τροφίμων σχετικά με τα ενωσιακά σύμβολα για τα προϊόντα με ΠΟΠ/ΠΓΕ/ΕΠΠ ή με προαιρετικές ενδείξεις ποιότητας,
- ενθάρρυνση των ομάδων παραγωγών-μεταποιητών που δεν συμμετέχουν ακόμη σε αυτά τα συστήματα να καταχωρίζουν τις ονομασίες των προϊόντων που ικανοποιούν τις βασικές απαιτήσεις και να χρησιμοποιούν προαιρετικές ενδείξεις ποιότητας,
- ενθάρρυνση των ομάδων παραγωγών-μεταποιητών των οικείων περιφερειών, που δεν συμμετέχουν ακόμη στα συστήματα, να συμμετάσχουν στην παραγωγή των προϊόντων που φέρουν καταχωρισμένες ονομασίες, ακολουθώντας τις εγκεκριμένες προδιαγραφές και τις απαιτήσεις επιθεώρησης που προβλέπονται για τις διάφορες προστατευόμενες ονομασίες,
- τόνωση της ζήτησης για τα οικεία προϊόντα, ενημερώνοντας τους καταναλωτές και τους διανομείς για την ύπαρξη, τη σημασία και τα οφέλη που απορρέουν από τα συστήματα, καθώς και για τους λογότυπους, τα κριτήρια χορήγησης των ονομασιών, τους σχετικούς ελέγχους και το σύστημα ιχνηλασιμότητας.

**3. Ομάδες στόχου**

- Παραγωγοί και μεταποιητές
- διανομείς (μεγάλα καταστήματα, χονδρέμποροι, έμποροι λιανικής, εταιρείες ομαδικής εστίασης, κυλικεία, εστιατόρια)
- καταναλωτές και οι ενώσεις τους
- διαμορφωτές της κοινής γνώμης

**4. Βασικά μηνύματα**

- Τα προϊόντα που φέρουν προστατευόμενες ονομασίες παρουσιάζουν ειδικά χαρακτηριστικά που συνδέονται με τη γεωγραφική προέλευση. Στην περίπτωση προϊόντων με ΠΟΠ, η ποιότητα και τα χαρακτηριστικά των προϊόντων συνδέονται κυρίως ή αποκλειστικά με το συγκεκριμένο γεωγραφικό περιβάλλον με τους εγγενείς φυσικούς και ανθρώπινους παράγοντες που το χαρακτηρίζουν. Στην περίπτωση προϊόντων με ΠΓΕ, τα προϊόντα διαθέτουν ειδική ποιότητα ή φήμη που είναι δυνατόν να αποδοθεί στη γεωγραφική τους προέλευση· ο δεσμός με το γεωγραφικό περιβάλλον πρέπει να υφίσταται σε μία τουλάχιστον από τις φάσεις της παραγωγής, της μεταποίησης ή της παρασκευής,
- τα εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα έχουν ειδικά χαρακτηριστικά που συνδέονται με τις ειδικές παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής τους ή με τη χρήση παραδοσιακών πρώτων υλών,
- τα σύμβολα της Ένωσης ΠΟΠ, ΠΓΕ και ΕΠΠ είναι σύμβολα με τα οποία γίνεται κατανοητό παντού στην Ένωση ότι πρόκειται για προϊόντα τα οποία πληρούν ειδικές συνθήκες παραγωγής που συνδέονται με τη γεωγραφική τους προέλευση ή την παράδοση και τα οποία υπόκεινται σε έλεγχο,
- οι προαιρετικές ενδείξεις ποιότητας αφορούν χαρακτηριστικό μιας ή περισσότερων κατηγοριών προϊόντων ή στοιχείο της μεθόδου γεωργικής παραγωγής ή μεταποίησης που ισχύει σε συγκεκριμένες περιοχές,
- η χρήση της προαιρετικής ένδειξης ποιότητας προσδίδει αξία στο προϊόν σε σύγκριση με παρεμφερή προϊόντα,
- οι προαιρετικές ενδείξεις ποιότητας έχουν ενωσιακή διάσταση,
- η παρουσίαση ορισμένων προϊόντων με ΠΟΠ, ΠΓΕ, ΕΠΠ ή προαιρετικές ενδείξεις ποιότητας ως παραδειγματικών περιπτώσεων δυνατοτήτων που παρέχει η καταχώριση της ονομασίας του προϊόντος σε σύστημα προστασίας για την εμπορική του επιτυχία,

▼ **M3**

— τα εν λόγω συστήματα προστασίας στηρίζουν την πολιτιστική κληρονομιά της Ένωσης, την ποικιλομορφία της γεωργικής παραγωγής, καθώς και τη διατήρηση της υπαίθρου.

**5. Βασικά μέσα**

- Διαδίκτυο και άλλα ηλεκτρονικά μέσα,
- επαφές δημοσίων σχέσεων με τα μέσα επικοινωνίας (εξειδικευμένος Τύπος, γυναικείος Τύπος, περιοδικά μαγειρικής κ.λπ.),
- επαφές με τις ενώσεις καταναλωτών,
- ενημέρωση και επιδείξεις σε σημεία πώλησης,
- οπτικοακουστικά μέσα επικοινωνίας (εστιασμένα τηλεοπτικά μηνύματα κ.λπ.),
- γραπτή τεκμηρίωση (φυλλάδια, έντυπα κ.λπ.),
- συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις και επιδείξεις,
- ενέργειες και σεμινάρια ενημέρωσης και κατάρτισης σχετικά με τη λειτουργία των ενωσιακών συστημάτων για προϊόντα ΠΟΠ, ΠΓΕ, ΕΠΠ ή με προαιρετικές ενδείξεις ποιότητας.

**6. Διάρκεια και εμβέλεια των προγραμμάτων**

Δώδεκα έως 36 μήνες, με προτεραιότητα στα πολυετή προγράμματα που καθορίζουν σαφείς στόχους για κάθε φάση.

▼ **B**

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΓΡΑΦΙΚΟ ΣΥΜΒΟΛΟ ΤΩΝ ΑΚΡΩΣ ΑΠΟΜΑΚΡΥΣΜΕΝΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ

**1. Επισκόπηση της κατάστασης**

Η παρούσα κατευθυντήρια γραμμή αναφέρεται στις άκρως απομακρυσμένες περιφέρειες, όπως ορίζονται στο άρθρο 299 παράγραφος 2 της συνθήκης. Η εξωτερική μελέτη αξιολόγησης δείχνει ότι η κοινοτική ενημερωτική εκστρατεία του 1998/1999 σχετικά με το γραφικό σύμβολο (λογότυπο) των άκρως απομακρυσμένων περιφερειών κίνησε πραγματικά το ενδιαφέρον των διαφόρων φορέων του τομέα.

Κατόπιν τούτου, αρκετοί παραγωγοί και μεταποιητές ζήτησαν την έγκριση των προϊόντων ποιότητας, με σκοπό να χρησιμοποιήσουν τον εν λόγω λογότυπο.

Λαμβανομένης υπόψη της περιορισμένης διάρκειας της πρώτης εκστρατείας ενημέρωσης, κρίνεται σκόπιμο να ενισχυθεί η φήμη του λογοτύπου στις διάφορες ομάδες στόχου, με τη συνέχιση των ενεργειών πληροφόρησης σχετικά με τη σημασία και τα πλεονεκτήματα του λογοτύπου.

**2. Στόχοι**

- Γνωστοποίηση της ύπαρξης, της σημασίας και των πλεονεκτημάτων του λογοτύπου,
- ενθάρρυνση των παραγωγών και μεταποιητών των εν λόγω περιφερειών ώστε να χρησιμοποιούν το λογότυπο,
- βελτίωση των γνώσεων των διανομέων και των καταναλωτών όσον αφορά το λογότυπο.

**3. Ομάδες στόχου**

- Τοπικοί παραγωγοί και μεταποιητές,
- διανομείς και καταναλωτές,
- διαμορφωτές της κοινής γνώμης.

**4. Βασικά μηνύματα**

- Ιδιότυπος, φυσικός χαρακτήρας του προϊόντος,
- προέλευση από τις περιφέρειες της Κοινότητας,



**▼ B**

- ποιότητα (ασφάλεια, θρεπτική και οργανοληπτική αξία, μέθοδος παραγωγής, σύνδεση με την προέλευση),
- εξωτικός χαρακτήρας του προϊόντος,
- ποικιλία της προσφοράς, ακόμη και εκτός εποχής,
- ιχνηλασιμότητα.

**5. Βασικά μέσα**

- Ηλεκτρονικά μέσα (ιστοσελίδα στο Διαδίκτυο κ.λπ.),
- τηλεφωνικές γραμμές παροχής πληροφοριών,
- επαφές δημοσίων σχέσεων με τα μέσα επικοινωνίας (εξειδικευμένος Τύπος, γυναικείος Τύπος, περιοδικά μαγειρικής κ.λπ.),
- επιδείξεις στα σημεία πώλησης, εμπορικές εκθέσεις κ.λπ.,
- επαφές με ιατρούς και διαιτολόγους,
- άλλα μέσα (φυλλάδια, έντυπα, συνταγές κ.λπ.),
- οπτικοακουστικά μέσα επικοινωνίας,
- διαφήμιση στον εξειδικευμένο και τοπικό Τύπο.

**6. Διάρκεια των προγραμμάτων**

Από 12 έως 36 μήνες.

**ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ****1. Επισκόπηση της κατάστασης**

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

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

Στο κοινοτικό πρόγραμμα δράσης για τα βιολογικά τρόφιμα και τη βιολογική γεωργία <sup>(1)</sup>, οι ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης θεωρούνται σημαντικό μέσο για την περαιτέρω ανάπτυξη της ζήτησης για βιολογικά προϊόντα.

**2. Στόχοι**

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

Στόχοι των εκστρατειών πρέπει να είναι:

- ενθάρρυνση της κατανάλωσης τροφίμων που έχουν παραχθεί με βιολογικές μεθόδους,
- βελτίωση των γνώσεων των καταναλωτών όσον αφορά την επισήμανση και τον κοινοτικό λογότυπο για τα βιολογικά προϊόντα,
- παροχή εκτενών πληροφοριών και αύξηση της ευαισθητοποίησης όσον αφορά τα οφέλη από τη βιολογική καλλιέργεια, ιδίως για την προστασία του περιβάλλοντος, την καλή μεταχείριση των ζώων, τη διατήρηση του φυσικού χώρου και την ανάπτυξη της υπαίθρου,

<sup>(1)</sup> COM(2004) 415 τελικό.

**▼B**

- παροχή εκτενών πληροφοριών για το περιεχόμενο και τη λειτουργία του κοινοτικού καθεστώτος για τη βιολογική γεωργία,
- ενθάρρυνση των μεμονωμένων παραγωγών και μεταποιητών, καθώς και των ομάδων παραγωγών, μεταποιητών, εμπόρων λιανικής που δεν εφαρμόζουν τη βιολογική καλλιέργεια, ώστε να μεταστραφούν σε αυτή τη μέθοδο παραγωγής· ενθάρρυνση των εμπόρων λιανικής, ομίλων λιανικού εμπορίου και εστιατορίων ώστε να πωλούν βιολογικά προϊόντα.

**3. Ομάδες στόχου**

- Καταναλωτές, ενώσεις καταναλωτών και ειδικές υποομάδες καταναλωτών,
- διαμορφωτές της κοινής γνώμης,
- διανομείς (μεγάλα καταστήματα, χονδρέμποροι, ειδικευμένα καταστήματα λιανικής, εταιρείες ομαδικής εστίασης, κυλικεία, εστιατόρια),
- εκπαιδευτικοί και σχολεία.

**4. Βασικά μηνύματα**

- Τα προϊόντα βιολογικής γεωργίας είναι προϊόντα φυσικά, προσαρμοσμένα στο σύγχρονο τρόπο ζωής, τα οποία καταναλώνονται ευχάριστα. Παράγονται με μεθόδους παραγωγής που σέβονται το περιβάλλον και την καλή διαβίωση των ζώων. Η βιολογική γεωργία συμβάλλει στη διαφοροποίηση της γεωργικής παραγωγής και στη διατήρηση του φυσικού τοπίου,
- τα προϊόντα υπόκεινται σε αυστηρούς κανόνες όσον αφορά την παραγωγή και τον έλεγχο, συμπεριλαμβανόμενης της δυνατότητας πλήρους ιχνηλασιμότητας, ώστε να εξασφαλίζεται ότι προέρχονται από γεωργικές εκμεταλλεύσεις που υπόκεινται σε σύστημα επιθεώρησης,
- η χρήση στον τομέα των τροφίμων των επιθέτων «βιολογικός» και «οικολογικός», καθώς και των ισοδυνάμων τους σε άλλες γλώσσες, προστατεύεται βάσει της νομοθεσίας. Ο κοινοτικός λογότυπος αποτελεί το σύμβολο για τα βιολογικά προϊόντα, το οποίο είναι κατανοητό σε όλη την Κοινότητα και σημαίνει ότι τα προϊόντα πληρούν αυστηρά κοινοτικά κριτήρια παραγωγής και έχουν ελεγχθεί αυστηρά· οι πληροφορίες για τον κοινοτικό λογότυπο μπορούν να συμπληρωθούν με πληροφορίες για τους λογοτύπους που έχουν θεσπιστεί από τα κράτη μέλη,
- μπορούν να υπογραμμιστούν και άλλες πτυχές που αφορούν την ποιότητα των προϊόντων (ασφάλεια, θρεπτική και οργανοληπτική αξία).

**5. Βασικά μέσα**

- Ηλεκτρονικά μέσα (ιστοσελίδες στο Διαδίκτυο),
- τηλεφωνικές γραμμές παροχής πληροφοριών,
- επαφές δημοσίων σχέσεων με τα μέσα επικοινωνίας (εξειδικευμένοι δημοσιογράφοι, γυναικείος Τύπος, περιοδικά μαγειρικής, περιοδικά της βιομηχανίας τροφίμων),
- επαφές με τις ενώσεις καταναλωτών,
- ενημέρωση στα σημεία πώλησης,
- εκδηλώσεις στα σχολεία,
- οπτικοακουστικά μέσα επικοινωνίας (π.χ. εστιασμένα τηλεοπτικά μηνύματα),
- γραπτή τεκμηρίωση (φυλλάδια, έντυπα κ.λπ.),

**▼ B**

- συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις και επιδείξεις,
- ενέργειες και σεμινάρια ενημέρωσης και κατάρτισης σχετικά με τη λειτουργία του κοινοτικού καθεστώτος για τα βιολογικά τρόφιμα και τη βιολογική γεωργία.

**6. Διάρκεια των προγραμμάτων**

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

**▼ M3**


---

**ΠΡΟΒΕΙΟ ΚΡΕΑΣ**
**1. Επισκόπηση της κατάστασης**

Ο τομέας του πρόβειου κρέατος αποτελεί έναν πολύ ευαίσθητο τομέα που διέρχεται κρίση: η κατανάλωση, η παραγωγή και οι τιμές του πρόβειου κρέατος ακολουθούν πτωτική πορεία, ενώ το κόστος (εισαγωγή της ηλεκτρονικής ταυτοποίησης, τιμές των ζωοτροφών, παραδοσιακές μέθοδοι παραγωγής, όπως η εποχιακή μετακίνηση) αυξάνεται. Επιπλέον, η προσφορά πρόβειου κρέατος από τρίτες χώρες αυξάνεται. Δεδομένης της επιδείνωσης της αποδοτικότητας, πολλοί παραγωγοί αναγκάζονται να εγκαταλείψουν την παραγωγή, με ενδεχόμενες αρνητικές επιπτώσεις όσον αφορά την ποικιλία του κρέατος στην Ευρωπαϊκή Ένωση και την περαιτέρω εγκατάλειψη της υπαίθρου. Το πρόβειο κρέας αποτελεί σημαντικό κομμάτι της γαστρονομικής κληρονομιάς της Ένωσης και η παραγωγή του κατέχει ιδιαίτερο ρόλο, ιδίως σε περιοχές στις οποίες η παραγωγή είναι δυσχερής, από την άποψη της διατήρησης του τοπίου και του κοινωνικοοικονομικού αντίκτυπου.

**2. Στόχοι**

- ευαισθητοποίηση των ομάδων στόχου όσον αφορά την ποιότητα, τους βιώσιμους τρόπους παραγωγής του πρόβειου κρέατος και τον ιδιαίτερο ρόλο που διαδραματίζει στη γαστρονομική κληρονομιά της Ένωσης,
- αύξηση της κατανάλωσης πρόβειου κρέατος.

**3. Ομάδες στόχου**

- Παραγωγοί και μεταποιητές,
- διανομείς (μεγάλα καταστήματα, χονδρέμποροι, έμποροι λιανικής, εταιρείες ομαδικής εστίασης, κυλικεία, εστιατόρια),
- καταναλωτές (ιδίως οι νέοι, ηλικίας 18 έως 40 ετών) και ενώσεις καταναλωτών,
- διαμορφωτές της κοινής γνώμης, δημοσιογράφοι, ειδικοί σε θέματα γαστρονομίας.

**4. Βασικά μηνύματα**

- Φιλικές προς το περιβάλλον και παραδοσιακές μέθοδοι παραγωγής,
- ιχνηλασιμότητα (ηλεκτρονική ταυτοποίηση),
- με την επισήμανση των κρεάτων, ο καταναλωτής είναι σε θέση να αναγνωρίσει τα προϊόντα ποιότητας, την προέλευσή τους και τα χαρακτηριστικά τους,
- ενημέρωση του καταναλωτή για την ποικιλία και τις οργανοληπτικές και θρεπτικές ιδιότητες του πρόβειου κρέατος,
- συμβουλές για τη χρήση του, συνταγές,
- οι εκστρατείες ενημέρωσης και προώθησης περιορίζονται στα προϊόντα που παράγονται στην Ένωση.

**5. Βασικά μέσα**

- Διαδίκτυο και άλλα ηλεκτρονικά μέσα,
- προώθηση στα σημεία πώλησης (δοκιμή, συνταγές, ενημέρωση),

**▼ M3**

- σχέσεις με τον Τύπο και δημόσιες σχέσεις (εκδηλώσεις, συμμετοχή σε εκθέσεις καταναλωτών κ.λπ.),
- διαφήμιση (ή διαφημιστικές καταχωρίσεις) στον Τύπο,
- οπτικοακουστικά μέσα (τηλεόραση και ραδιόφωνο),
- συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις,
- άλλα μέσα.

**6. Διάρκεια και εμβέλεια των προγραμμάτων**

Δώδεκα έως 36 μήνες, με προτεραιότητα στα πολυετή προγράμματα που καθορίζουν σαφείς στόχους και στρατηγική για κάθε φάση και τα οποία διοργανώνονται από δύο ή περισσότερα κράτη μέλη και εφαρμόζονται σε τουλάχιστον δύο νέες αγορές.

**▼ B**

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II

## ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ

## Α. ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΟΥΝ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ

- Βόειο και χοίρειο κρέας, νωπό, διατηρημένο με απλή ψύξη ή κατεψυγμένο· παρασκευάσματα διατροφής με βάση τα προϊόντα αυτά,
- κρέας πουλερικών ποιότητας,
- γαλακτοκομικά προϊόντα,
- ελαιόλαδο και επιτραπέζιες ελιές,

**▼ M1**

- οίνοι με προστατευόμενη ονομασία προέλευσης ή προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη, οίνοι με ένδειξη της οινοποιήσιμης ποικιλίας αμπέλου,
- αλκοολούχα ποτά με προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη,

**▼ B**

- νωπά και μεταποιημένα οπωροκηπευτικά,
- μεταποιημένα προϊόντα με βάση τα σιτηρά και το ρύζι,
- κλωστικό λινάρι,
- ζώντα φυτά, άνθη και καλλωπιστικά φυτά,

**▼ M3**

- Προϊόντα που καλύπτονται από τα συστήματα προστατευόμενων ονομασιών προέλευσης (ΠΟΠ), προστατευόμενων γεωγραφικών ενδείξεων (ΠΓΠ) ή εγγυημένων παραδοσιακών ιδιότυπων προϊόντων (ΕΠΠΙ) σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1151/2012,

**▼ B**

- προϊόντα της βιολογικής γεωργίας σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΟΚ) αριθ. 2092/91,

**▼ M3**

- πρόβειο κρέας.

**▼ B**

## Β. ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΤΩΝ ΛΓΟΡΩΝ ΤΡΙΤΩΝ ΧΩΡΩΝ ΣΤΙΣ ΟΠΟΙΕΣ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΥΛΟΠΟΙΗΘΟΥΝ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ

A. Χώρες

**▼ M3**

\_\_\_\_\_

- Αλβανία

**▼ B**

- Πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας

**▼ M3**

- Αρμενία

**▼ B**

- Αυστραλία

**▼ M3**

- Αζερμπαϊτζάν
- Λευκορωσία

**▼ B**

- Βοσνία-Ερζεγοβίνη

**▼ B**

- Κίνα
- Νότια Κορέα

**▼ M3**

- 
- Γεωργία

**▼ B**

- Ινδία
- Ιαπωνία

**▼ M3**

- Καζακιστάν

**▼ B**

- Κοσσυφοπέδιο

**▼ M3**

- Μολδαβία

**▼ B**

- Μαυροβούνιο
- Νορβηγία
- Νέα Ζηλανδία

**▼ M3**

- Ουζμπεκιστάν

**▼ B**

- Ρωσία
  - Σερβία
  - Ελβετία
  - Τουρκία
  - Ουκρανία.
- B. Γεωγραφικές ζώνες

**▼ M3**

- Αφρική
- 

**▼ B**

- Βόρεια Αμερική
- Λατινική Αμερική
- Νοτιοανατολική Ασία
- Εγγύς και Μέση Ανατολή.

**▼ B***ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ***Ενδεικτικοί ετήσιοι προϋπολογισμοί των διαφόρων τομέων που προβλέπονται στο άρθρο 6**

1. Νωπά οπωροκηπευτικά: 10 εκατ. ευρώ
2. Μεταποιημένα οπωροκηπευτικά: 2 εκατ. ευρώ
3. Κλωστικό λινάρι: 1 εκατ. ευρώ
4. Ζώντα φυτά, άνθη και καλλωπιστικά φυτά: 3 εκατ. ευρώ
5. Ελαιόλαδο και επιτραπέζιες ελιές: 7 εκατ. ευρώ (εκ των οποίων τουλάχιστον 3 εκατ. ευρώ για τις τρίτες χώρες)
6. Σπορέλαια: 2 εκατ. ευρώ
7. Γάλα και γαλακτοκομικά προϊόντα: 4 εκατ. ευρώ
8. Κρέας νωπό, διατηρημένο με απλή ψύξη ή κατεψυγμένο, που έχει παραχθεί σύμφωνα με κοινοτικό ή εθνικό καθεστώς ποιότητας: 4 εκατ. ευρώ
9. Σήμανση των αυγών: 2 εκατ. ευρώ
10. Μέλι και μελισσοκομικά προϊόντα: 1 εκατ. ευρώ

**▼ M1**

11. οίνοι με προστατευόμενη ονομασία προέλευσης ή προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη, οίνοι με ένδειξη της οινοποιήσιμης ποικιλίας αμπέλου: 12 εκατ. ευρώ

**▼ M3**

12. Προϊόντα που καλύπτονται από τα συστήματα προστατευόμενων ονομασιών προέλευσης (ΠΟΠ), προστατευόμενων γεωγραφικών ενδείξεων (ΠΓΠ), εγγυημένων παραδοσιακών ιδιότυπων προϊόντων (ΕΠΠΠ) ή προαιρετικών ενδείξεων ποιότητας σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1151/2012: 3 εκατ. ευρώ

**▼ B**

13. Πληροφορίες σχετικά με το γραφικό σύμβολο των άκρως απομακρυσμένων περιφερειών: 1 εκατ. ευρώ
14. Προϊόντα της βιολογικής γεωργίας: 3 εκατ. ευρώ

**▼ M3**

- 
16. Πρόβειο κρέας: π.υ.





## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ IV

## Πίνακας αντιστοιχίας

Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1071/2005 (εσωτερική αγορά)	Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 501/2008 (ενιαίος κανονισμός της Επιτροπής)	Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1346/2005 (τρίτες χώρες)
Άρθρο 1	Άρθρο 1	Άρθρο 1
Άρθρο 2	Άρθρο 2	Άρθρο 2
Άρθρο 3	Άρθρο 3	Άρθρο 3
Άρθρο 4	Άρθρο 4	—
—	Άρθρο 5	Άρθρο 4
Άρθρο 5	Άρθρο 6 παράγραφος 1	—
—	Άρθρο 6 παράγραφος 2	Άρθρο 5
Άρθρο 7 παράγραφος 2 στοιχείο β)	Άρθρο 6 παράγραφος 3, εν μέρει	—
—	Άρθρο 7	Άρθρο 6 και άρθρο 10 παρά- γραφος 3 δεύτερο εδάφιο
Άρθρο 7 παράγραφος 1, παρά- γραφος 2 στοιχεία α) και γ) και παράγραφος 3	Άρθρο 8	Άρθρο 7 παράγραφος 1, παρά- γραφος 2 δεύτερο εδάφιο και παράγραφος 3
Άρθρο 7 παράγραφος 2, πλην στοιχείων α) και γ), και παρά- γραφος 4	Άρθρο 9	Άρθρο 7 παράγραφος 2, πλην πρώτου εδαφίου, και παράγρα- φοι 4 και 5
—	Άρθρο 10	Άρθρο 8
Άρθρο 8	Άρθρο 11	Άρθρο 9
Άρθρο 9 παράγραφος 1	Άρθρο 12	Άρθρο 10 παράγραφος 1
Άρθρο 9 παράγραφοι 2 και 3	Άρθρο 13	Άρθρο 10 παράγραφοι 2 και 3 πρώτο εδάφιο
Άρθρο 10 παράγραφοι 1 έως 3	Άρθρο 14	Άρθρο 11
Άρθρο 6 και άρθρο 10 παρά- γραφος 4	Άρθρο 15	—
Άρθρο 11	Άρθρο 16	Άρθρο 12
Άρθρο 12	Άρθρο 17	Άρθρο 13
Άρθρο 13	Άρθρο 18	Άρθρο 14
Άρθρο 14	Άρθρο 19	Άρθρο 15
Άρθρο 15	Άρθρο 20	Άρθρο 16
Άρθρο 16	Άρθρο 21	Άρθρο 17
Άρθρο 17	Άρθρο 22	Άρθρο 18
Άρθρο 18	Άρθρο 23	Άρθρο 19
Άρθρο 19	Άρθρο 24	Άρθρο 20
Άρθρο 20	Άρθρο 25	Άρθρο 21
Άρθρο 21	Άρθρο 26	Άρθρο 22
Άρθρο 22	Άρθρο 27	Άρθρο 23
Άρθρο 23	Άρθρο 28	Άρθρο 24
Άρθρο 25	Άρθρο 29	Άρθρο 26