

NARIADENIE KOMISIE (ES) č. 501/2008

z 5. júna 2008,

ktorým sa stanovujú podrobné pravidlá uplatňovania nariadenia Rady (ES) č. 3/2008 o informačných a propagačných akciách na podporu poľnohospodárskych výrobkov na vnútornom trhu a v tretích krajinách

KOMISIA EURÓPSKÝCH SPOLOČENSTIEV,

pričom sa v odlišných kapitolách zachovávajú osobitný charakter akcií v závislosti od miesta ich realizácie.

so zreteľom na Zmluvu o založení Európskeho spoločenstva,

so zreteľom na nariadenie Rady (ES) č. 3/2008 zo 17. decembra 2007 o informačných a propagačných akciách na podporu poľnohospodárskych výrobkov na vnútornom trhu a v tretích krajinách⁽¹⁾, a najmä na jeho článok 4 a články 5, 9 a 15,

keďže:

- (1) Nariadením (ES) č. 3/2008 sa ustanovuje, že Komisia určí podrobné pravidlá vykonávania informačných a propagačných programov, ktoré sa spolufinancujú z rozpočtu Spoločenstva.
- (2) Vzhľadom na získané skúsenosti, perspektívy vývoja trhov tak v rámci Spoločenstva, ako aj mimo neho, a vzhľadom na nové súvislosti medzinárodného obchodu je potrebné rozvíjať súdržnú celkovú politiku v oblasti informovania a propagovania poľnohospodárskych výrobkov a ich spôsobu výroby, ako aj potravinárskych produktov na báze poľnohospodárskych výrobkov, na vnútornom trhu a na trhoch tretích krajín, a to bez toho, aby sa podnecovalo ku spotrebe niektorého jednotlivého produktu z dôvodu jeho osobitného pôvodu. V záujme jasnosti je preto potrebné zrušiť nariadenie Komisie (ES) č. 1071/2005 z 1. júla 2005, ktorým sa ustanovujú podrobné pravidlá uplatňovania nariadenia Rady (ES) č. 2826/2000 o informačných a propagačných činnostiach na poľnohospodárske výrobky na vnútornom trhu⁽²⁾, a nariadenie Komisie (ES) č. 1346/2005 zo 16. augusta 2005, ktorým sa ustanovujú podrobné pravidlá uplatňovania nariadenia Rady (ES) č. 2702/1999 o opatreniach na poskytovanie informácií a na propagáciu poľnohospodárskych výrobkov v tretích krajinách⁽³⁾, a nahradiť ich jedným nariadením,

- (3) V záujme dobrého riadenia by sa malo ustanoviť pravidelné zostavovanie a aktualizácia zoznamu tém, výrobkov a trhov ktoré sú predmetom informačných a propagačných činností v prospech poľnohospodárskych výrobkov, mali by sa určiť vnútroštátne orgány zodpovedné za uplatňovanie tohto nariadenia, a takisto by sa mala určiť dĺžka trvania programov.
- (4) V záujme informovanosti a ochrany spotrebiteľov by mali byť všetky informácie, ktoré sa týkajú zdravotných účinkov daného produktu určeného pre spotrebiteľov a iné cieľové skupiny, v rámci programov na vnútornom trhu, podložené uznanými vedeckými údajmi a všetky zdroje týchto informácií by mali byť uznané.
- (5) Aby sa zabránilo rizikám narušenia hospodárskej súťaže, je potrebné určiť všeobecné pokyny a usmernenia, pokiaľ ide o výrobky, ktoré sú predmetom informačných a propagačných kampaní na vnútornom trhu na jednej strane, a pravidlá týkajúce sa odkazovania na osobitný pôvod výrobkov, ktoré sú predmetom informačných a propagačných kampaní v tretích krajinách na strane druhej.
- (6) V záujme právnej istoty by sa malo spresniť, že navrhované programy pre vnútorný trh musia byť v súlade so všetkými právnymi predpismi Spoločenstva vzťahujúcimi sa na príslušné výrobky a na ich uvádzanie na trh, ako aj s uvedenými usmerneniami.
- (7) Aby sa zjednotili pravidlá výberu subjektov, ktoré vykonávajú programy, a pravidlá výberu programov v tretích krajinách, na činnosti, ktoré majú realizovať medzinárodné organizácie uvedené v článku 6 ods. 2 nariadenia (ES) č. 3/2008, by sa mali uplatňovať rovnaké pravidlá. Na dosiahnutie právnej istoty je potrebné, aby boli informácie šírené v rámci programov v súlade s právnymi predpismi dotknutých tretích krajín.

⁽¹⁾ Ú. v. EÚ L 3, 5.1.2008, s. 1.

⁽²⁾ Ú. v. EÚ L 179, 11.7.2005, s. 1. Nariadenie zmenené a doplnené nariadením (ES) č. 1022/2006 (Ú. v. EÚ L 184, 6.7.2006, s. 3).

⁽³⁾ Ú. v. EÚ L 212, 17.8.2005, s. 16.

- (8) Postup predkladania programov a výberu vykonávacieho subjektu by sa mal stanoviť tak, aby sa zabezpečila čo najširšia hospodárska súťaž a voľný pohyb služieb so zreteľom na ustanovenia smernice Európskeho parlamentu a Rady 2004/18/ES z 31. marca 2004 o koordinácii postupov zadávania verejných zákaziek na práce, verejných zákaziek na dodávku tovaru a verejných zákaziek na služby ⁽¹⁾, v ktorých je navrhujúcou organizáciou verejný orgán.
- (9) Nariadením (ES) č. 3/2008 sa pre navrhujúce organizácie ustanovuje možnosť, aby mohli ony samy vykonávať niektoré časti programov, vyberať vykonávajúce subjekty v neskoršom štádiu postupu a udržiavať úroveň príspevku Spoločenstva na stálej úrovni nepresahujúcej 50 % skutočných nákladov každej fázy programu a 60 % na činnosti ustanovené v odvetví ovocia a zeleniny, ktoré sa zameriavajú na deti v školských zariadeniach v Spoločenstve. Na uplatňovanie týchto ustanovení by mali byť stanovené podrobné predpisy.
- (10) Kritériá na výber programov členskými štátmi a kritériá na preskúmanie programov, ktoré vyberie Komisia, by sa mali stanoviť tak, aby sa zabezpečilo dodržiavanie pravidiel Spoločenstva a efektívnosť činností, ktoré sa majú realizovať. Po preskúmaní programov musí Komisia rozhodnúť o tom, ktoré programy sa prijímú, a musí pre ne stanoviť príslušné rozpočty.
- (11) V prípade programov zameraných na tretie krajiny je v záujme efektívnosti akcií Spoločenstva potrebné, aby členské štáty zabezpečili súdržnosť a komplementaritu schválených programov s vnútroštátnymi alebo regionálnymi programami a treba stanoviť preferenčné kritériá na výber programov tak, aby sa optimalizoval ich dosah.
- (12) V prípade programov, o ktoré sa zaujímajú viaceré členské štáty, je potrebné ustanoviť opatrenia, ktorými sa zabezpečí, že sa tieto členské štáty medzi sebou dohodnú na predložení a preskúmaní týchto programov.
- (13) V záujme dobrého finančného riadenia sa v programoch musia určiť podmienky finančnej účasti členských štátov a navrhujúcich organizácií.
- (14) S cieľom zamedziť riziku dvojitého financovania by sa z podpory na základe nariadenia (ES) č. 3/2008 mali vylúčiť informačné a propagačné akcie na vnútornom trhu, ktoré získavajú podporu na základe nariadenia Rady (ES) č. 1698/2005 z 20. septembra 2005 o podpore rozvoja vidieka prostredníctvom Európskeho poľnohospodárskeho fondu pre rozvoj vidieka (EPFRV) ⁽²⁾.
- (15) Rôzne podmienky plnenia záväzkov musia byť predmetom zmlúv uzatvorených medzi zainteresovanými stranami a príslušnými vnútroštátnymi orgánmi v rozumnej časovej lehote na základe vzorových zmlúv, ktoré členským štátom poskytne Komisia.
- (16) S cieľom zabezpečiť riadne plnenie zmluvy je potrebné, aby zmluvná strana poskytla zábezpeku príslušnému vnútroštátnemu orgánu vo výške 15 % z príspevkov Spoločenstva a príslušných členských štátov. Na tento istý účel sa musí zložiť zábezpeka v prípade žiadosti o zálohu na každú ročnú fázu.
- (17) Je potrebné, aby sa určili kontroly, ktoré majú vykonávať členské štáty.
- (18) Malo by sa spresniť, že vykonávanie opatrení ustanovených v zmluvách je hlavnou požiadavkou v zmysle článku 20 nariadenia Komisie (EHS) č. 2220/85 z 22. júla 1985, ktorým sa stanovujú spoločné podrobné pravidlá pre uplatňovanie systému záruk pre poľnohospodárske výrobky ⁽³⁾.
- (19) Pokiaľ ide o požiadavky na riadenie rozpočtu, je nevyhnutné, aby sa stanovili finančné tresty v prípade nedodržania lehoty na predloženie žiadosti o priebežné platby alebo v prípade oneskorenia platieb členských štátov.

⁽¹⁾ Ú. v. EÚ L 134, 30.4.2004, s. 114. Smernica naposledy zmenená a doplnená nariadením Komisie (ES) č. 213/2008 (Ú. v. EÚ L 74, 15.3.2008, s. 1).

⁽²⁾ Ú. v. EÚ L 277, 21.10.2005, s. 1. Nariadenie naposledy zmenené a doplnené nariadením (ES) č. 146/2008 (Ú. v. EÚ L 46, 21.2.2008, s. 1).

⁽³⁾ Ú. v. ES L 205, 3.8.1985, s. 5. Nariadenie naposledy zmenené a doplnené nariadením (ES) č. 1913/2006 (Ú. v. EÚ L 365, 21.12.2006, s. 52).

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

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

(22) Vzhľadom na získané skúsenosti a s cieľom sledovania riadneho plnenia programov by sa mali spresniť pravidlá monitorovania zabezpečeného skupinou vytvorenou na tento účel nariadením (ES) č. 3/2008.

(23) Javí sa ako nutné, aby členské štáty kontrolovali vykonávanie činností a aby Komisia bola informovaná o výsledkoch overovacích a kontrolných opatrení ustanovených v tomto nariadení. V záujme dobrého finančného riadenia by sa mala ustanoviť spolupráca medzi členskými štátmi v prípadoch, keď sa akcie realizujú v inom členskom štáte, ako je členský štát, v ktorom sídli príslušná zmluvná organizácia.

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

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

(26) Úroková sadzba, ktorú musí zaplatiť príjemca neoprávnenej platby, sa musí prispôbiť úrokovej sadzbe pre pohľadávky nezaplatené v deň ich splatnosti, uvedenej v článku 86 nariadenia Komisie (ES, Euratom) č. 2342/2002 z 23. decembra 2002, ktorým sa ustanovujú

podrobné pravidlá na vykonávanie nariadenia Rady (ES, Euratom) č. 1605/2002 o rozpočtových pravidlách, ktoré sa vzťahujú na všeobecný rozpočet Európskych spoločenstiev ⁽¹⁾.

(27) Opatrenia ustanovené v tomto nariadení sú v súlade so stanoviskom Riadiaceho výboru pre spoločnú organizáciu poľnohospodárskych trhov,

PRIJALA TOTO NARIADENIE:

KAPITOLA I

VŠEOBECNÉ USTANOVENIA

Článok 1

Účel a definícia

1. Týmto nariadením sa ustanovujú podrobné podmienky uplatňovania nariadenia (ES) č. 3/2008, najmä pokiaľ ide o vypracovanie, výber, realizáciu, financovanie a kontrolu programov uvedených v článku 6 uvedeného nariadenia.

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

Článok 2

Určenie príslušných orgánov

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

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

Komisia poskytne v náležitej forme tieto informácie verejnosti.

Článok 3

Trvanie programov

Programy sa realizujú po dobu najmenej jedného roka, maximálne však po dobu troch rokov od dátumu vstupu príslušnej zmluvy uvedenej v článku 16 ods. 1 do platnosti.

⁽¹⁾ Ú. v. ES L 357, 31.12.2002, s. 1. Nariadenie naposledy zmenené a doplnené nariadením (ES, Euratom) č. 478/2007 (Ú. v. EÚ L 111, 28.4.2007, s. 13).

Článok 4

Charakteristiky črty informačných a propagačných posolstiev pre programy zamerané na vnútorný trh

1. V súlade s kritériami uvedenými v článku 3 ods. 1 nariadenia (ES) č. 3/2008 sa musia všetky propagačné alebo informačné posolstvá určené spotrebiteľom a iným cieľovým skupinám v rámci programov (ďalej len „posolstvo“) zakladať na skutočných kvalitách príslušného produktu alebo jeho charakteristických vlastnostiach.

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

3. Akákoľvek šírená informácia, ktorá sa týka vplyvu konzumácie príslušných výrobkov na zdravie, sa musí zakladať na všeobecne uznávaných vedeckých údajoch.

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

Odborná alebo medziodvetvová organizácia uvedená v článku 6 ods. 1 nariadenia (ES) č. 3/2008, ktorá navrhuje program, vedie zoznam vedeckých štúdií a stanovísk autorizovaných vedeckých inštitúcií, na ktorých sa zakladajú posolstvá programu týkajúce sa zdravotných účinkov. Tento zoznam je u nej k dispozícii príslušnému členskému štátu a Komisii.

Článok 5

Charakteristické črty informačných a propagačných posolstiev pre programy zamerané na tretie krajiny

1. Všetky posolstvá sa zakladajú na skutočných vlastnostiach daného výrobku alebo jeho črtách.

Tieto posolstvá musia byť v súlade s právnymi predpismi platnými v tretích krajinách, ktorým sú určené.

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

Článok 6

Cieľ činností, ktoré sa majú realizovať, a orientačné rozpočty

1. Zoznam tém a výrobkov, ktoré môžu byť predmetom činností, ktoré sa majú realizovať na vnútornom trhu v súlade s článkom 3 ods. 1 nariadenia (ES) č. 3/2008, sa nachádza v časti A prílohy I k tomuto nariadeniu.

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

2. Zoznam výrobkov, ktoré môžu byť predmetom činností, ktoré sa majú realizovať v tretích krajinách v súlade s článkom 3 ods. 2 nariadenia (ES) č. 3/2008, sa nachádza v časti A prílohy II k tomuto nariadeniu. Zoznam tretích trhov, na ktorých sa činnosti môžu realizovať, sa nachádza v časti B prílohy II.

Tieto zoznamy sa aktualizujú každé dva roky, najneskôr do 31. decembra.

3. Orientačné ročné rozpočty pre jednotlivé odvetvia sa nachádzajú v prílohe III.

KAPITOLA II

VÝBER PROGRAMOV UVEDENÝCH V ČLÁNKOCH 6 AŽ 8 NARIADENIA (ES) Č. 3/2008

Článok 7

Programy zamerané na tretie krajiny a realizované v spolupráci s medzinárodnými organizáciami

1. V prípade uplatňovania článku 6 ods. 2 nariadenia (ES) č. 3/2008 medzinárodné organizácie uvedené v danom článku na žiadosť Komisie predložia návrh programov plánovaných na ďalší rok.

Podmienky udelenia a vyplatenia príspevku Spoločenstva uvedené v článku 13 ods. 4 nariadenia (ES) č. 3/2008 sa riadia zmluvou o podpore uzatvorenou medzi Spoločenstvom a príslušnou medzinárodnou organizáciou.

2. Smernica 2004/18/ES sa uplatňuje v prípade, že činnosti realizujú medzinárodné organizácie uvedené v článku 6 ods. 2 nariadenia (ES) č. 3/2008.

Článok 8

Predkladanie programov

1. Na účel vykonávania činností, ktoré sú súčasťou programov, vyhlási každý rok členský štát, ktorý má o to záujem, výzvy na predkladanie návrhov.

Odborné alebo medziodvetvové organizácie Spoločenstva, ktoré zastupujú príslušné odvetvia (ďalej len „navrhujúce organizácie“) predložia členskému štátu svoje programy najneskôr do 30. novembra, pokiaľ ide o vnútorný trh, a najneskôr do 31. marca, pokiaľ ide o tretie krajiny.

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

2. Programy predložené v súlade s odsekom 1 musia:

- a) dodržiavať právne predpisy Spoločenstva týkajúce sa príslušných výrobkov a ich uvádzania na trh;
- b) dodržiavať špecifikáciu, ktorá obsahuje kritériá vylúčenia, výberu a pridelenia, ktoré zverejňujú na tento účel príslušné členské štáty;
- c) byť dostatočne vypracované, aby sa dalo zhodnotiť, či sú v súlade s uplatniteľnými právnymi predpismi a aký je pomer medzi nákladmi na ne a ich účinnosťou.

3. Po uskutočnení súťaže na základe primeraných postupov overených členským štátom každá navrhujúca organizácia vyberie na účely realizácie svojich programov jeden alebo viacero vykonávacích subjektov. Pokiaľ sa tento výber uskutočnil ešte pred predložením programu, môže sa tento vykonávací subjekt zúčastniť na vypracúvaní programu.

Článok 9

Predbežný výber programov členskými štátmi

1. Členské štáty zostavia predbežný zoznam programov, ktoré vyberú na základe kritérií stanovených v špecifikácii uvedenej v článku 8 ods. 2 písm. b).

2. Členské štáty hodnotia programy zamerané na tretie krajiny najmä podľa týchto kritérií:

- a) súlad navrhovaných stratégií so stanovenými cieľmi;

b) kvalita navrhovaných činností;

c) očakávaný dosah ich realizácie na vývoj dopytu po dotknutých výrobkoch;

d) záruky efektívnosti a reprezentatívnosti navrhujúcich organizácií;

e) technické schopnosti a záruky efektívnosti navrhovaného vykonávajúceho subjektu.

3. Programy zamerané na vnútorný trh okrem iného dodržiavajú povinnosti ustanovené v článku 8 a v tomto článku, usmernenia pre propagáciu na vnútornom trhu uvedené v článku 5 ods. 1 nariadenia (ES) č. 3/2008 a v časti B prílohy I k tomuto nariadeniu.

4. Ak sa o program zaujíma viacero členských štátov, tieto členské štáty sa dohodnú na výbere programu a vymenujú jeden členský štát za koordinátora. Zaviazujú sa, že prispejú na financovanie tohto programu v súlade s článkom 14 ods. 2 a že nadviažu medzi sebou administratívnu spoluprácu s cieľom uľahčiť monitorovanie, vykonávanie a kontrolu týchto programov.

5. V prípade programov zameraných na tretie krajiny každý členský štát dbá na to, aby boli plánované vnútroštátne alebo regionálne činnosti v súlade s činnosťami spolufinancovanými na základe nariadenia (ES) č. 3/2008 a takisto na komplementárnosť predložených programov s vnútroštátnymi alebo regionálnymi kampaňami.

Článok 10

Prednosť vo výbere programov zameraných na tretie krajiny

1. Spomedzi programov uvedených v článku 6 ods. 1 nariadenia (ES) č. 3/2008 predložených viacerými členskými štátmi sa z programov, ktoré sú zamerané na tretie krajiny, uprednostnia tie, ktoré sa týkajú všetkých produktov a ktoré kladú dôraz najmä na aspekty spojené s kvalitou, nutričnou hodnotou a potravinovou bezpečnosťou výroby Spoločenstva.

2. V prípade programov, o ktoré sa zaujíma iba na jeden členský štát alebo ktoré sú zamerané len na jeden výrobok, sa uprednostnia tie, ktoré zdôrazňujú záujem Spoločenstva, najmä pokiaľ ide o kvalitu, nutričnú hodnotu, ako aj bezpečnosť a reprezentatívnosť európskej poľnohospodárskej a potravinovej výroby.

Článok 11

Výber programov Komisiou

1. Každoročne najneskôr do 15. februára, pokiaľ ide o vnútorný trh, a do 30. júna, pokiaľ ide o tretie krajiny, členské štáty zašlú Komisii zoznam uvedený v článku 9 ods. 1, ktorý zahŕňa prípadne aj zoznam vybraných vykonávajúcich subjektov, ak sa už v súlade s článkom 8 ods. 3 vybrali, ako aj kópiu programov.

V prípade programov, o ktoré sa zaujíma viacero členských štátov, toto oznámenie vykonajú dotknuté členské štáty na základe spoločnej dohody.

2. Komisia príslušné členské štáty informuje, ak zistí úplný alebo čiastočný nesúlad predloženého programu:

- a) s právnymi predpismi Spoločenstva alebo
- b) s usmerneniami týkajúcimi sa vnútorného trhu, alebo
- c) s kritériami uvedenými v článku 9 ods. 2, pokiaľ ide o tretie krajiny.

K informovaniu uvedenému v prvom pododseku sa pristúpi do šesťdesiatich kalendárnych dní od prijatia zoznamu uvedeného v článku 9 ods. 1.

3. V súlade s článkom 7 ods. 2 tretím pododsekom nariadenia (ES) č. 3/2008 odovzdajú členské štáty upravené programy Komisii v lehote tridsiatich kalendárnych dní po informovaní uvedenom v odseku 2 tohto článku.

Potom, ako Komisia overí upravené programy, rozhodne, ktoré programy môže spolufinancovať v súlade s postupom uvedeným v článku 16 ods. 2 nariadenia (ES) č. 3/2008, a to najneskôr do 30. júna, pokiaľ ide o vnútorný trh, a do 30. novembra, pokiaľ ide o tretie krajiny.

4. Navrhujúca organizácia alebo organizácie sú zodpovedné za riadne plnenie a riadenie vybraného programu.

Článok 12

Schválenie vykonávacích subjektov členským štátom

1. Výber vykonávacieho subjektu v súlade s článkom 8 ods. 3 schváli členský štát, ktorý o tom informuje Komisiu pred tým, ako podpíše zmluvu uvedenú v článku 16 ods.1.

2. Členský štát overí, či vybraný vykonávací subjekt disponuje potrebnými finančnými a technickými prostriedkami, aby mohol zabezpečiť čo najúčinnnejšie vykonávanie činností v súlade s článkom 11 ods. 3 nariadenia (ES) č. 3/2008. Členský štát oboznámi Komisiu s postupom uplatneným na tento účel.

Článok 13

Realizácia niektorých častí programu navrhujúcou organizáciou

1. Navrhujúca organizácia môže realizovať niektoré časti programu v súlade s článkom 11 ods. 2 nariadenia (ES) č. 3/2008 za týchto podmienok:

- a) navrhujúca organizácia spĺňa povinnosti uvedené v článku 11 ods. 3 nariadenia (ES) č. 3/2008;
- b) navrhujúca organizácia má minimálne päťročné skúsenosti s vykonávaním tohto typu činností;
- c) časť programu, ktorú realizuje navrhujúca organizácia, nepredstavuje viac ako 50 % celkových nákladov, okrem výnimočných prípadov, ktoré sú náležite odôvodnené a ktoré Komisia písomne odsúhlasí;
- d) navrhujúca organizácia zaručí, že náklady na činnosti, ktoré plánuje sama vykonávať, nepresiahnu sadzby, ktoré sa na trhu bežne uplatňujú.

Členský štát overí dodržiavanie týchto podmienok.

2. V prípade, že je navrhujúcou organizáciou verejnoprávna inštitúcia v zmysle článku 1 ods. 9 druhého pododseku smernice 2004/18/ES, členské štáty prijímajú nevyhnutné opatrenia, aby verejní obstarávatelia zaručili rešpektovanie ustanovení tejto smernice.

KAPITOLA III

PRAVIDLÁ FINANCOVANIA PROGRAMOV

Článok 14

Všeobecné spôsoby financovania

1. Finančný príspevok Spoločenstva sa vypláca príslušným členským štátom.

2. V prípade, že sa na financovaní programu zúčastňuje viacero členských štátov, ich podiel dopĺňa finančný príspevok navrhujúcej organizácie so sídlom na ich území. V tom prípade finančný príspevok Spoločenstva nepresiahne hranice uvedené v článku 13 ods. 2 nariadenia (ES) č. 3/2008.

3. Finančné príspevky ustanovené v článku 13 nariadenia (ES) č. 3/2008 sa uvedú v programe, ktorý sa oznámi Komisii.

Článok 15

Osobitné pravidlá pre vnútorný trh

1. V prípade uplatnenia článku 9 nariadenia (ES) č. 3/2008 sa uplatní postup ustanovený v článku 11 ods. 1, 2 a 3 tohto nariadenia, ako aj články 14 až 23 tohto nariadenia.

V prípade programov ustanovených v článku 9 nariadenia (ES) č. 3/2008 sa uzatvoria zmluvy medzi príslušnými členskými štátmi a vybranými vykonávacími subjektmi.

2. Na informačné a propagačné činnosti, na ktoré sa poskytuje pomoc podľa nariadenia Rady (ES) č. 1698/2005, sa nemôže použiť finančný príspevok Spoločenstva podľa tohto nariadenia.

Článok 16

Uzatváranie zmlúv a zloženie zábezpeky

1. Potom, ako Komisia prijme rozhodnutie podľa článku 11 ods. 3, členský štát informuje každú navrhujúcu organizáciu o výsledku ohľadne jej žiadosti.

Členské štáty uzatvoria zmluvy s vybranými navrhujúcimi organizáciami v časovej lehote deväťdesiatich kalendárnych dní po oznámení rozhodnutia Komisie uvedeného v článku 11 ods. 3.

Po uplynutí tejto lehoty sa nesmie uzatvoriť žiadna zmluva bez predchádzajúceho súhlasu Komisie.

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

Členské štáty môžu prípadne zmeniť a doplniť niektoré podmienky vzorových zmlúv, aby zohľadnili vnútroštátne predpisy, ale iba do tej miery, aby neboli dotknuté právne predpisy Spoločenstva.

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

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

a) bude dohliadať na riadne vykonávanie prijatých záväzkov;

b) bude kontrolovať, či sa prijaté sumy používajú na plnenie prijatých záväzkov.

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

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

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

Členský štát jej odovzdá aj kópiu zmluvy uzatvorenej medzi vybranou navrhujúcou organizáciou a vykonávacím subjektom. Táto zmluva ustanovuje povinnosť vykonávacieho subjektu podstúpiť kontroly uvedené v článku 25.

Článok 17

Režim preddavkov

1. Do tridsiatich kalendárnych dní po podpise zmluvy uvedenej v článku 16 ods. 1 a v prípade viacročných programov do tridsiatich dní, ktoré nasledujú po začiatku každého dvanásť-mesačného obdobia, môže zmluvná organizácia predložiť členskému štátu žiadosť o preddavok doloženú zábezpekou uvedenou v odseku 3 tohto článku. Po uplynutí tejto lehoty sa už o preddavok nesmie žiadať.

Každý preddavok pokrýva maximálne 30 % ročného príspevku Spoločenstva, ako aj príslušného členského štátu či členských štátov podľa odsekov 2 a 3 článku 13 nariadenia (ES) č. 3/2008.

2. Úhrada každého preddavku členským štátom sa musí vykonať do tridsiatich kalendárnych dní po predložení žiadosti o preddavok. Okrem prípadov vyššej moci, sa na oneskorené uskutočnenie platieb uplatňuje zníženie mesačného preddavku, ktorý vypláca Komisia členskému štátu, v súlade s pravidlami ustanovenými v článku 9 nariadenia Komisie (ES) č. 883/2006 ⁽¹⁾.

3. Úhrada preddavku podlieha zloženiu zábezpeky zmluvnou organizáciou v prospech členského štátu vo výške 110 % tohto preddavku za podmienok ustanovených v hlave III nariadenia (EHS) č. 2220/85. Členský štát bezodkladne odovzdá Komisii kópiu každej žiadosti o preddavok a dôkaz o zložení príslušnej zábezpeky.

Ak je zmluvná organizácia verejnoprávnou inštitúciou alebo ak koná pod vedením takejto inštitúcie, môže príslušný vnútroštátny orgán prijať písomnú záruku jej dozorného orgánu, ktorá pokrýva percento uvedené v prvom pododseku pod podmienkou, že sa tento dozorný orgán zaviazal, že uhradí sumu, na ktorú sa vzťahuje záruka v prípade že sa nedokázal nárok na sumu, ktorá sa vyplatila vopred.

Článok 18

Priebežné platby

1. Žiadosti o priebežné platby príspevku Spoločenstva a príspevku členských štátov predkladajú navrhujúce organizácie členským štátom pred koncom kalendárneho mesiaca, ktorý nasleduje po uplynutí každého trojmesačného obdobia vypočítaného od dátumu podpísania zmluvy uvedenej v článku 16 ods. 1.

⁽¹⁾ Ú. v. EÚ L 171, 23.6.2006, s. 1.

Tieto žiadosti sa týkajú platieb vykonaných počas predmetného trojmesačného obdobia a je k nim priložený súhrnný finančný výkaz, kópie faktúr a príslušné doklady, ako aj priebežná správa o plnení zmluvy za príslušné trojmesačné obdobie (ďalej len „štvrtročná správa“). V prípade, že sa počas predmetného trojmesačného obdobia neuskutočnila žiadna platba alebo činnosť, tieto dokumenty sa odovzdajú príslušnému vnútroštátnemu orgánu v lehote uvedenej v prvom pododseku.

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

2. Úhrada priebežných platieb podlieha kontrole dokumentov uvedených v odseku 1 druhom pododseku, ktorú vykoná členský štát.

3. Priebežné platby a platba preddavkov uvedených v článku 17 nesmú súhrnne prekročiť 80 % celkového ročného finančného príspevku Spoločenstva a príslušných členských štátov, uvedených v odsekoch 2 a 3 článku 13 nariadenia (ES) č. 3/2008. Len čo sa dosiahne táto úroveň, nesmie sa podať žiadna ďalšia žiadosť o priebežnú platbu.

Článok 19

Vyplatenie zostatku

1. Žiadosť o vyplatenie zostatku predkladá navrhujúca organizácia členskému štátu v lehote štyroch mesiacov po dátume ukončenia ročných činností ustanovených v zmluve uvedenej v článku 16 ods. 1.

Aby sa žiadosť mohla považovať za prijateľnú, musí sa k nej priložiť správa (ďalej len „výročná správa“), ktorá obsahuje:

- a) prehľad vykonaných činností a vyhodnotenie získaných výsledkov, ktoré sa dali zistiť k dátumu správy;
- b) súhrnný finančný výkaz, v ktorom sú jasne uvedené plánované a zrealizované výdavky.

K výročnej správe sa priložia kópie faktúr a príslušné doklady o vykonaných platbách.

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

2. Vyplatenie zostatku podlieha kontrole faktúr a dokladov uvedených v odseku 1 treťom pododseku, ktorú vykoná členský štát.

Zostatok sa zníži v závislosti od závažnosti nedodržania hlavnej požiadavky uvedenej v článku 16 ods. 4.

Článok 20

Platby vykonané členským štátom

Členský štát vykoná platby ustanovené v článkoch 18 a 19 v lehote šesťdesiatich kalendárnych dní od prijatia žiadosti o platbu.

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

Okrem prípadov vyššej moci sa na oneskorenia platieb uplatňuje zníženie výšky mesačného preddavku, ktorý vypláca Komisia členskému štátu v súlade s pravidlami ustanovenými v článku 9 nariadenia (ES) č. 883/2006.

Článok 21

Zábezpeky

1. Zábezpeka uvedená v článku 17 ods. 3 sa uvoľní, ak príslušný členský štát skonštatuje definitívny nárok na preddavkovú čiastku.

2. Zábezpeka uvedená v článku 16 ods. 3 musí byť platná až do vyplatenia zostatku a uvoľní sa na základe písomného absolútoría od príslušného vnútroštátneho orgánu.

Uvoľnenie zábezpeky prebehne v lehote a za podmienok uvedených v článku 20, pokiaľ ide o vyplatenie zostatku.

3. Prijaté zábezpeky ako aj uplatnené penále sa odpočítajú od výdavkov vykázaných Európskemu poľnohospodárskemu záručnému fondu (EPZF), čo sa týka časti zodpovedajúcej financovaniu Spoločenstvom.

Článok 22

Dokumenty, ktoré sa zašlú Komisii

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

2. Členský štát odovzdá Komisii do tridsiatich kalendárnych dní od vyplatenia zostatku uvedeného v článku 19 ods. 2 súhrnné výkazy uvedené v článku 19 ods. 1 druhom pododseku písm. a) a b).

3. Členský štát odovzdá Komisii dvakrát ročne štvrťročné správy nevyhnutné na priebežné platby v súlade s článkom 18.

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

Výročná správa o uplynulom roku môže zahŕňať štvrťročnú správu za štvrtý štvrťrok.

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

Súvaha okrem toho potvrdzuje, že na základe kontrol vykonaných v súlade s článkom 18 ods. 2 a článkom 19 ods. 2, sa všetky výdavky považujú za oprávnené v súlade s podmienkami zmluvy.

KAPITOLA IV

MONITOROVANIE A KONTROLY

Článok 23

Používanie materiálu

1. Členské štáty overia, či sú informačné a propagačné materiály vyhotovené alebo použité v rámci programov, na ktoré sa poskytujú financie na základe tohto nariadenia, v súlade s právnymi predpismi Spoločenstva.

Komisii odovzdajú schválené materiály.

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

Článok 24

Monitorovanie programov

1. Monitorovacia skupina ustanovená v článku 12 ods. 1 nariadenia (ES) č. 3/2008 sa pravidelne stretáva s cieľom sledovať stav napredovania rôznych programov, na ktoré sa poskytujú financie na základe tohto nariadenia.

Monitorovacia skupina je preto pri každom programe informovaná o harmonograme plánovaných činností, štvrtročných a výročných správach, ako aj o výsledkoch vykonaných kontrol podľa článkov 18, 19 a 25 tohto nariadenia.

Skupine predsedá zástupca príslušného členského štátu. V prípade programov, o ktoré sa zaujíma viacero členských štátov, predsedá skupine jeden zástupca menovaný príslušnými členskými štátmi.

2. Úradníci a dočasní zamestnanci Komisie sa môžu zúčastniť na činnostiach organizovaných v rámci programu, na ktorý sa poskytujú financie na základe tohto nariadenia.

Článok 25

Kontroly vykonávané členskými štátmi

1. Príslušný členský štát stanoví najprimeranejšie prostriedky na zabezpečenie kontroly programov a činností, na ktoré sa poskytujú financie na základe tohto nariadenia, a informuje o nich Komisiu.

Tieto kontroly sa vykonávajú každoročne aspoň v 20 % programov ukončených v priebehu uplynulého roka, na minimálne dvoch programoch, a týkajú sa najmenej 20 % celkových rozpočtov týchto programov ukončených v priebehu uplynulého roka. Výber vzorky na výber programov sa uskutoční na základe analýzy rizika.

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

2. Členský štát prijme nevyhnutné opatrenia s cieľom overiť, najmä prostredníctvom technických a účtovných kontrol, u zmluvnej organizácie a vykonávacieho subjektu:

a) presnosť dodaných informácií a dokladov;

b) splnenie všetkých zmluvných povinností stanovených v zmluve uvedenej v článku 16 ods. 1.

Bez toho, aby bolo dotknuté nariadenie Komisie (ES) č. 1848/2006 ⁽¹⁾, členský štát informuje čo najskôr Komisiu o všetkých nezrovnalostiach zistených počas vykonávania kontrol.

3. V prípade programov, o ktoré sa zaujíma viacero členských štátov, prijímajú tieto štáty potrebné opatrenia na koordináciu svojej kontrolnej činnosti a informujú o tom Komisiu.

4. Komisia sa môže kedykoľvek zúčastniť na kontrolách uvedených odsekoch 1, 2 a 3. Príslušné vnútroštátne orgány odovzdávajú na tento účel Komisii predbežný kalendár kontrol, ktoré má členský štát vykonať, a to aspoň tridsať dní pred týmito kontrolami.

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

Článok 26

Vymáhanie neoprávnene vyplatených platieb

1. V prípade neoprávnenej platby preplatí príjemca predmetné čiastky zvýšené o úrok vypočítaný podľa lehoty, ktorá uplynula medzi platbou a vrátením sumy príjmom.

Úroková sadzba, ktorá sa má uplatniť, sa stanoví v súlade s článkom 86 ods. 2 písm. b) nariadenia (ES, Euratom) č. 2342/2002.

2. Sumy, ktoré sa vymohli, ako aj úroky, sa vyplatia subjektom alebo platobným útvarom členských štátov, ktoré ich odpočítajú od výdavkov financovaných EPZF v pomere k finančnému príspevku Spoločenstva.

⁽¹⁾ Ú. v. EÚ L 355, 15.12.2006, s. 56.

Článok 27**Sankcie**

1. V prípade podvodu alebo vážnej nedbalosti preplatí navrhujúca organizácia dvojnásobok rozdielu medzi počiatočne vyplatenou sumou a skutočne dlžnou sumou.

2. S výhradou článku 6 nariadenia Rady (ES) č. 2988/95 ⁽¹⁾ sa zníženia ustanovené v tomto nariadení uplatňujú bez toho, aby boli dotknuté prípadné dodatočné sankcie uplatniteľné podľa ostatných ustanovení právnych predpisov Spoločenstva alebo vnútroštátnych právnych predpisov.

KAPITOLA V**ZRUŠENIE, PRECHODNÉ A KONEČNÉ USTANOVENIA****Článok 28****Zrušenie**

Nariadenie (ES) č. 1071/2005 a nariadenie (ES) č. 1346/2005 sa zrušujú.

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

V Bruseli 5. júna 2008

Zrušené nariadenia zostávajú naďalej uplatniteľné na tie propagačné a informačné programy, o financovaní ktorých rozhodla Komisia pred tým, ako nadobudlo účinnosť toto nariadenie.

Odkazy na zrušené nariadenia sa považujú za odkazy na toto nariadenie a znejú v súlade s tabuľkou zhody uvedenou v prílohe IV.

Článok 29**Nadobudnutie účinnosti**

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

Za Komisiu

Mariann FISCHER BOEL

členka Komisie

⁽¹⁾ Ú. v. ES L 312, 23.12.1995, s. 1.

PRÍLOHA I

VNÚTORNÝ TRH

A. ZOZNAM TÉM A VÝROBKOV

- Čerstvé ovocie a zelenina,
- spracované ovocie a zelenina,
- priadny ľan,
- živé rastliny a výrobky okrasného záhradníctva,
- olivový olej a stolové olivy,
- semenné oleje,
- mlieko a mliečne výrobky,
- čerstvé, chladené alebo mrazené mäso vyrobené v súlade s vnútroštátnym programom kvality alebo programom kvality Spoločenstva,
- označovanie vajec určených na ľudskú spotrebu,
- med a včelárske produkty,
- akostné vína z ohraničenej vinohradníckej plochy (akostné vína VVP), stolové vína so zemepisným označením,
- grafický symbol najodľahlejších regiónov tak, ako je uvedené v právnych predpisoch pre poľnohospodárstvo,
- chránené označenie pôvodu (CHOP), chránené zemepisné označenie (CHZO) alebo zaručená tradičná špecialita (ZTŠ) v súlade s nariadením Rady (ES) č. 509/2006 ⁽¹⁾ a nariadením Rady (ES) č. 510/2006 ⁽²⁾ a výrobky zaevidované v rámci týchto režimov,
- ekologické poľnohospodárstvo v súlade s nariadením Rady (EHS) č. 2029/91 ⁽³⁾ a výrobky zaregistrované v súlade s uvedeným nariadením,
- hydinové mäso.

B. USMERNENIA

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

Bez toho, aby boli dotknuté priority uvedené v článku 8 ods. 1 nariadenia (ES) č. 3/2008, by sa mali návrhy programov pripraviť vo všeobecnosti tak, aby zohľadňovali tieto zásady:

- pokiaľ sú programy navrhnuté viacerými členskými štátmi, je dôležité, aby obsahovali koordinované stratégie, činnosti a posolstvá,
- programy by mali byť prednostne viacročné a ich rozsah by mal byť dostatočný na to, aby mali podstatný dopad na cieľové trhy. Môžu sa prípadne zrealizovať na trhoch viacerých členských štátov,
- posolstvá programov by mali poskytovať objektívne informácie o podstatných vlastnostiach a/alebo nutričnej hodnote výrobkov v rámci vyváženého stravovania, o spôsobe ich výroby alebo o ich ekologických kvalitách,
- programy by mali obsahovať kľúčové posolstvá, ktoré sú v záujme spotrebiteľov, odborníkov a obchodného sektora viacerých členských štátov.

⁽¹⁾ Ú. v. EÚ L 93, 31.3.2006, s. 1.

⁽²⁾ Ú. v. EÚ L 93, 31.3.2006, s. 12.

⁽³⁾ Ú. v. ES L 198, 22.7.1991, s. 1.

ČERSTVÉ OVOCIE A ZELENINA

1. Prehľad situácie

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

Záujem spotrebiteľov o ovocie a zeleninu klesá a tento jav je ešte výraznejší u mladej populácie, najmä u detí a mládeže v školských zariadeniach. Toto správanie je škodlivé z hľadiska vyváženého stravovania.

2. Ciele

Ide o zlepšenie imidžu „čerstvých“ a „prírodných“ výrobkov, povzbudiť ich pravidelnú konzumáciu a znížiť vek populácie, ktorá ich konzumuje. Tento cieľ sa dá dosiahnuť stimulovaním mladých, a najmä detí a mládeže v školských zariadeniach ku konzumácii týchto výrobkov.

3. Cieľové skupiny

- Domácnosti,
- deti v školských zariadeniach,
- kolektívne stravovacie zariadenia,
- lekári a odborníci na výživu.

4. Hlavné posolstvá

- Podporovať prístup typu „5 denne“ (odporúčanie, ktoré spočíva v podporovaní konzumácie minimálne piatich porcií ovocia a zeleniny denne). V prípade propagačných akcií na ovocie a zeleninu, ktoré sa zameriavajú na deti a mládež v školských zariadeniach, treba uprednostniť tento prístup,
- prírodné a čerstvé výrobky,
- kvalita (bezpečnosť, nutričná a organoleptická hodnota, výrobné postupy, ochrana životného prostredia, prepojenie s pôvodom výrobku),
- pôžitok,
- vyvážená strava,
- rozmanitosť a sezónny charakter zásobovania čerstvými výrobkami, informácie o ich chuti a ich používaní,
- výsledovateľnosť,
- dostupnosť a jednoduchá príprava: mnohé ovocie a zelenina si nevyžadujú žiadne varenie.

5. Hlavné nástroje

- Elektronické nástroje (internetové stránky ponúkajúce produkty s hrami online pre mladých),
- telefónne informačné linky,
- verejné vzťahy s médiami, reklama (špecializovaná tlač, tlač pre ženy, časopisy a magazíny pre mladých atď.),
- styk s lekármi a s odborníkmi na výživu,
- pedagogické činnosti zamerané na deti a mládež v školských zariadeniach so zapojením učiteľov a zodpovedných pracovníkov školských jedální,
- informačné činnosti na predajných miestach zamerané na spotrebiteľov,
- ostatné nástroje (letáky a brožúrky s informáciami o výrobkoch a receptami, detské hry atď.),
- vizuálne médiá (kino, špecializované televízne kanály),
- rozhlasové šoty,
- účasť na veľtrhoch.

6. Trvanie programov

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov, pričom sa uprednostňujú viacročné programy, v ktorých sa stanovujú ciele každej etapy.

SPRACOVANÉ OVOCIE A ZELENINA

1. Prehľad situácie

Tento sektor musí čeliť čoraz väčšej konkurencii viacerých tretích krajín.

Keďže dopyt progresívne stúpa najmä z dôvodu jednoduchej konzumácie takýchto výrobkov, mali by to výrobcovia v Spoločenstve využiť. Pomoc určená na informačné a propagačné činnosti je preto opodstatnená.

2. Ciele

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

3. Cieľové skupiny

- Domácnosti,
- kolektívne stravovacie zariadenia a školské jedálne,
- lekári a odborníci na výživu.

4. Hlavné posolstvá

- Kvalita (bezpečnosť, nutričná a organoleptická hodnota, metódy prípravy),
- jednoduché použitie,
- pôžitok,
- rôznorodosť ponuky a dostupnosť počas celého roka,
- vyvážený stravovací režim,
- výsledovateľnosť.

5. Hlavné nástroje

- Elektronické nástroje (internetové stránky),
- telefónne informačné linky,
- styk s verejnosťou prostredníctvom médií a reklama (odborná tlač, tlač určená pre ženy, kulinárska tlač atď.),
- predvádzanie na miestach predaja,
- styk s lekármi a s odborníkmi na výživu,
- ďalšie nástroje (letáky a brožúry o výrobkoch a recepty),
- vizuálne médiá,
- účasť na veľtrhoch.

6. Trvanie programov

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov, pričom sa uprednostňujú viacročné programy, v ktorých sa stanovujú ciele každej etapy.

LANOVÉ VLÁKNA

1. Prehľad situácie

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

2. Ciele

- Rozvíjať imidž a známosť ľanu zo Spoločenstva a zdôrazniť jeho osobitné kvality,
- zvyšovať spotrebu tohto produktu,
- informovať spotrebiteľov o charakteristických vlastnostiach nových produktov uvádzaných na trh.

3. Cieľové skupiny

- Hlavní profesionáli v tomto sektore (štylisti, tvorcovia, dizajnéri, výrobcovia odevov, vydavatelia),
- distributéri,
- vzdelávacie zariadenia pre profesie v textilnom, módnom a dekoračnom odvetví (učitelia a študenti),
- tvorcovia verejnej mienky,
- spotrebitelia.

4. Hlavné posolstvá

- Kvalita je daná podmienkami, za ktorých sa vyprodukuje surovina, použitím vhodných odrôd a know-how rôznych aktérov pôsobiacich v danom odvetví,
- veľmi rozmanitá a bohatá ponuka Spoločenstva z hľadiska výrobkov (odevy, dekorácia, bielizeň pre domácnosť) ako aj z hľadiska tvorivosti a inovácie.

5. Hlavné nástroje

- Elektronické nástroje (internetové stránky),
- veľtrhy a prehliadky,
- informačné činnosti cieleň na odbornú skupinu sektora (dizajnéri, tvorcovia, distributéri a vydavatelia),
- poskytovanie informácií v miestach predaja,
- vzťahy so špecializovanou tlačou,
- didaktické informačné činnosti v školách pre textilných technikov, módných školách atď.

6. Trvanie programov

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

ŽIVÉ RASTLINY A PRODUKTY OKRASNÉHO ZÁHRADNÍCTVA**1. Všeobecná analýza situácie**

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

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

2. Ciele

- Zvýšiť spotrebu kvetov a rastlín pôvodom zo Spoločenstva,
- podporovať ekologické postupy a lepšie oboznamovať s výrobnými spôsobmi, ktoré zohľadňujú životné prostredie,
- posilniť partnerstvo medzi odborníkmi z viacerých členských štátov, čím sa umožní okrem iného výmena najnovších poznatkov v sektore a lepšia informovanosť všetkých účastníkov výrobného reťazca.

3. Cieľové skupiny

- Výrobcovia, škôlky, distributéri a iní prevádzkovatelia v rámci sektora,
- študenti a školopovinné deti,
- tvorcovia verejnej mienky: novinári, učitelia,
- spotrebitelia.

4. Hlavné posolstvá

- Informácie o kvalite a rozmanitosti výrobkov Spoločenstva,
- výrobné metódy chrániace životné prostredie,
- techniky zamerané na tvorbu výrobkov s dlhšou trvácnosťou,

- optimálna rozmanitosť rastlín a kvetov,
- úloha rastlín a kvetov pre pohodu a kvalitu života.

5. Hlavné nástroje

- Vzťahy s médiami,
- prehliadky a veľtrhy: stánky predstavujúce výrobky viacerých členských štátov,
- školiace činnosti určené pre profesionálov, spotrebiteľov a študentov,
- výmena vedomostí, ktoré sa týkajú zlepšovania trvácnosti produktov,
- informačné činnosti zamerané na spotrebiteľa prostredníctvom tlače a činností, ako sú vydávanie katalógov, záhradníckych kalendárov a prípadne kampane typu „Rastlina mesiaca“,
- väčšie používanie elektronických nástrojov (internet, CD-ROM atď.).

6. Trvanie programov

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov, pričom prioritu majú programy, ktoré stanovujú náležité odôvodnenú stratégiu a ciele každej etapy.

OLIVOVÝ OLEJ A STOLOVÉ OLIVY

1. Všeobecná analýza situácie

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

V „tradičných spotrebiteľských“ členských štátoch (Španielsko, Taliansko, Grécko a Portugalsko) sú príslušné výrobky všeobecne dobre známe a ich spotreba je vysoká. Ide o zrelé trhy, na ktorých je rast celkového dopytu málo pravdepodobný, ale vzhľadom na ich súčasný podiel spotreby olivového oleja sú stále veľmi zaujímavé pre tento sektor.

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

2. Ciele

- Predovšetkým zvýšiť spotrebu týchto výrobkov v členských štátoch, ktoré sú „novými spotrebiteľmi“, a to zlepšením ich prístupu na trh a zintenzívniť ich spotrebu diverzifikáciou ich použitia a poskytnutím potrebných informácií,
- posilniť a rozvíjať spotrebu v členských štátoch, ktoré sú „tradičnými spotrebiteľmi“ zlepšovaním informovanosti spotrebiteľov o aspektoch, ktoré sú menej známe a zaväzovaním si mladých ľudí.

3. Cieľové skupiny

- Osoby zodpovedné za nákup: v prípade členských štátov, ktoré sú „tradičnými spotrebiteľmi“, najmä osoby vo veku 20 až 40 rokov,
- tvorcovia verejnej mienky (gastronómovia, šéfkuchári, reštaurácie, novinári), tlač pre širokú verejnosť a odborná tlač (gastronomická tlač, tlač pre ženy, rôzna tlač),
- lekárska a zdravotnícka tlač,
- distributéri (v členských štátoch, ktoré sú „novými spotrebiteľmi“).

4. Hlavné posolstvá

- Gastronomické vlastnosti a organoleptické charakteristiky panenského olivového oleja (aróma, farba, chuť), ktoré sa rôznia podľa odrôd, pôdy, zberov, CHOP/CHZO atď. Táto rozmanitosť ponúka širokú paletu gastronomických vnemov a možností,
- existujú rôzne kategórie olivového oleja,

- nutričné vlastnosti olivového oleja z neho robia hlavný prvok zdravého a vyváženého stravovania: spája kulinársky pôžitok a nároky zdravej a vyvázenej stravy,
- informácie o pravidlách kontroly a osvedčovania kvality, ako aj označovania olivových olejov,
- informácie o všetkých olivových olejoch a (alebo) stolových olivách, ktoré sú v Spoločenstve registrované pod CHOP alebo CHZO,
- stolové olivy predstavujú prírodný a zdravý produkt, ktorý sa môže jesť ako rýchle občerstvenie alebo ako súčasť kompletných jedál,
- charakteristické vlastnosti rôznych odrôd stolových olív.

Osobitne v členských štátoch, ktoré sú „novými spotrebiteľmi“:

- olivový olej, najmä extra panenský olivový olej, je prírodný produkt s dávnou tradíciou a know-how, ktorý je vhodný pre modernú aromatickú kuchyňu, ľahko sa spája so stredozemskou kuchyňou, ale aj s každou modernou kuchyňou,
- rady na jeho používanie.

Osobitne v členských štátoch, ktoré sú „tradičnými spotrebiteľmi“:

- výhody, ktoré predstavuje nákup fľaškového olivového oleja (s etiketou obsahujúcou užitočné informácie pre spotrebiteľa),
- modernizácia imidžu produktu s dlhou tradíciou a s významným kultúrnym rozmerom.

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

5. Hlavné nástroje

- Internet a iné elektronické prostriedky (CD-ROM, DVD atď.),
- propagácia na mieste predaja (ochutnávky, recepty, informácie),
- styky s tlačou a s verejnosťou (podujatia, účasť na veľtrhoch atď.),
- reklama (alebo reklamné články) v tlači (všeobecnej, gastronomickej, ženskej tlači a v tlači o životnom štýle),
- činnosti v spolupráci s lekármi a zdravotníkmi (verejné vzťahy s lekáorskymi kruhmi),
- audiovizuálne spôsoby komunikácie (televízia a rádio),
- účasť na veľtrhoch.

6. Trvanie a rozsah programov

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

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

SEMENNÉ OLEJE

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

A. REPKOVÝ OLEJ

1. Všeobecná analýza situácie

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

⁽¹⁾ Ú. v. ES L 109, 6.5.2000, s. 29.

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

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

2. Ciele

- Informovať o vlastnostiach repkového oleja a o jeho poslednom vývoji,
- zvyšovať spotrebu informovaním spotrebiteľov, ako aj lekárskech a zdravotníckych profesií o používaní a nutričnej hodnote repkového oleja.

3. Cieľové skupiny

- Domácnosti, najmä osoby, ktoré majú na starosti nákup,
- tvorcovia verejnej mienky (novinári, šéfkuchári, lekári a odborníci na výživu),
- distributéri,
- lekárska a zdravotnícka tlač,
- poľnohospodársko-potravinársky priemysel.

4. Hlavné posolstvá

- Repkový olej predstavuje vďaka svojim nutričným vlastnostiam dôležitú súčasť vyváženej a zdravej stravy,
- zaujímavý obsah mastných kyselín v repkovom oleji,
- rady na jeho používanie,
- informácie o vývoji produktu a o jeho druhoch,

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

5. Hlavné nástroje

- Propagácia na mieste predaja (ochutnávky, recepty, informácie),
- reklama (alebo reklamné články) v tlači (všeobecnej, gastronomickej, ženskej tlači a v tlači o životnom štýle),
- činnosti zamerané na styk s verejnosťou (podujatia, účasť na potravinárskych veľtrhoch),
- spoločné akcie podnikané s lekárskou a zdravotníckou profesiou,
- činnosti podnikané v spolupráci s reštauráciami, stravovacími podnikmi a šéfkuchármi,
- internet.

6. Trvanie programov

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov.

B. SLNEČNICOVÝ OLEJ

Programy týkajúce sa slnečnicového oleja sú uprednostnené, iba ak sú opodstatnené vzhľadom na podmienky trhu.

1. Všeobecná analýza situácie

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

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

2. Ciele

Informovať spotrebiteľov a odborníkov v sektore o:

- rôznych použitíach slnečnicového oleja, o jeho vlastnostiach a nutričnej hodnote,
- o právnych predpisoch a normách, ktoré sa týkajú kvality, a pravidlách týkajúcich sa označovania.

3. Cieľové skupiny

- Domácnosti, najmä osoby, ktoré majú na starosti nákup,
- tvorcovia verejnej mienky (novinári, šéfkuchári, lekári a odborníci na výživu),
- distribúteri,
- poľnohospodársko-potravinársky priemysel.

4. Hlavné posolstvá

Hlavné posolstvá programov musia poskytnúť informácie o:

- výhodách vhodného používania slnečnicového oleja, vysokom obsahu vitamínu E v oleji získanom zo slnečnicových semienok v porovnaní s inými rastlinnými olejmi, skutočnosti, že slnečnicový olej je známy pre svoju ľahkú chuť a vhodnosť na vyprážanie,
- právnych predpisoch a normách, ktoré sa týkajú kvality slnečnicového oleja,
- obsahu mastných kyselín a nutričnej hodnote slnečnicového oleja,
- výsledkoch vedeckého výskumu a technického vývoja, pokiaľ ide o slnečnicový olej a iné rastlinné oleje,

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

5. Hlavné nástroje

- Distribúcia informačných materiálov na miestach predaja (predajné a obchodné miesta),
- reklama (alebo reklamné články) vo všeobecnej, gastronomickej, ženskej tlači a v tlači o životnom štýle,
- činnosti zamerané na styk s verejnosťou (podujatia, účasť na potravinárskych veľtrhoch),
- internet.

6. Trvanie programov

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov.

MLIEKO A MLIEČNE VÝROBKY

1. Všeobecná analýza situácie

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

2. Ciele

- Zvýšiť spotrebu tekutého mlieka na trhoch s potenciálom rastu a udržať úroveň spotreby na nasýtených trhoch,
- zvýšiť spotrebu mliečnych výrobkov vo všeobecnosti,
- stimulovať mladých, budúcich dospelých spotrebiteľov, aby konzumovali viac mlieka a mliečnych výrobkov.

3. Cieľové skupiny

Spotrebitelia vo všeobecnosti, a najmä:

- deti a mládež, najmä dievčatá od ôsmych do trinástich rokov,
- ženy rôzneho veku,
- staršie osoby.

4. Hlavné posolstvá

- Mlieko a mliečne výrobky sú zdravé, prírodné, prispôsobené modernému spôsobu života a konzumujú sa s pôžitkom,
- mlieko a mliečne výrobky majú osobitnú nutričnú hodnotu, ktorá má blahodarné účinky zvlášť na niektoré vekové kategórie,
- obsah posolstiev musí byť pozitívny a musí brať do úvahy špecifický charakter spotreby na rôznych trhoch,
- existuje široká škála mliečnych výrobkov prispôbených rôznym spotrebiteľom a spotrebiteľským situáciám,
- existuje mlieko a mliečne výrobky, ktoré majú nízky obsah tukov a ktoré viac vyhovujú istým spotrebiteľom,
- je dôležité, aby sa zabezpečila kontinuita hlavných posolstiev počas celého programu, aby bolo možné presvedčiť spotrebiteľov o výhodách, ktoré môžu mať z pravidelného konzumovania týchto výrobkov,

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

5. Hlavné nástroje

- Elektronické nástroje,
- telefónna informačná linka,
- verejné vzťahy s médiami a reklama (odborná tlač, tlač pre ženy, tlač pre mladých atď.),
- styk s lekármi a s odborníkmi na výživu,
- vzťahy s učiteľmi a školami,
- iné nástroje (letáky a brožúry, detské hry atď.),
- predvádzanie na miestach predaja,
- vizuálne médiá (kino, špecializované televízne kanály),
- rozhlasové šoty,
- účasť na veľtrhoch a výstavách.

6. Trvanie a rozsah programov

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov, pričom sa uprednostňujú viacročné programy, v ktorých sa stanovujú ciele každej etapy.

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

1. Všeobecná analýza situácie

Zdravotnými problémami, ktoré sa dotkli veľkého množstva výrobkov živočíšneho pôvodu, sa zdôraznila potreba posilniť dôveru spotrebiteľov v mäsové výrobky pôvodom zo Spoločenstva.

Je preto potrebné, aby sa poskytovali objektívne informácie o systémoch kvality Spoločenstva a vnútroštátnych systémoch kvality a kontrolách, ktoré sa požadujú na základe všeobecných právnych predpisov týkajúcich sa kontroly a bezpečnosti potravín. Tieto pravidlá a kontroly predstavujú dodatočnú záruku tým, že ustanovujú špecifikácie pre výrobky a dodatočné kontrolné štruktúry.

2. Ciele

- Informačné kampane sú obmedzené na výrobky vyrobené v rámci európskych systémov kvality (CHOP, CHZP, ZTŠ a ekologické poľnohospodárstvo) a systémov kvality schválených členskými štátmi, ktoré spĺňajú kritériá uvedené v článku 32 nariadenia (ES) č. 1698/2005. Bez toho, aby bol dotknutý článok 15 ods. 2 tohto nariadenia, sa nemôžu informačné kampane financované na základe tohto nariadenia, financovať na základe nariadenia (ES) č. 1698/2005,

- cieľom týchto kampaní je zaručiť objektívne a úplné informácie o právnych predpisoch Spoločenstva a vnútroštátnych právnych predpisoch týkajúcich sa systémov kvality pre bezpečnosť mäsových výrobkov. Ich úlohou je informovať spotrebiteľov, tvorcov verejnej mienky a distributérov o špecifikáciách produktov a o skutočných kontrolách, ktoré zahŕňajú tieto systémy kvality.

3. Cieľové skupiny

- Spotrebiteľia a združenia spotrebiteľov,
- osoby zodpovedné za nákup v domácnosti,
- inštitúcie (reštaurácie, nemocnice, školy atď.),
- distributéri a združenia distributérov,
- novinári a tvorcovia verejnej mienky.

4. Hlavné posolstvá

- Systémy kvality zabezpečujú charakteristický spôsob výroby a kontroly, ktoré sú prísnejšie ako tie, ktoré vyžaduje legislatíva.
- akostné mäsové výrobky majú charakteristické vlastnosti alebo majú vyššiu kvalitu, ako je kvalita požadovaná na základe bežných obchodných noriem,
- systémy kvality Spoločenstva a vnútroštátne systémy kvality sú transparentné a zabezpečujú dokonalú výsledovateľnosť produktov,
- označovanie mäsa umožňuje spotrebiteľovi identifikovať akostné výrobky, ich pôvod a ich vlastnosti.

5. Hlavné nástroje

- Internet,
- styk s verejnosťou prostredníctvom médií a reklama (vedecká a odborná tlač, tlač pre ženy, denníky, kulinárske časopisy),
- styk so združeniami spotrebiteľov,
- audiovizuálne komunikačné prostriedky,
- tlačoviny (letáky, brožúry atď.),
- poskytovanie informácií v miestach predaja.

6. Trvanie a rozsah programov

Programy musia pokrývať aspoň jeden štát alebo sa musia týkať viacerých členských štátov.

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

OZNAČOVANIE VAJEC URČENÝCH NA ĽUDSKÚ SPOTREBU

1. Všeobecná analýza situácie

V súlade s článkom 4 ods. 1 nariadenia Rady (ES) č. 1028/2006 ⁽¹⁾ sa na škrupinu všetkých vajec určených na ľudskú spotrebu vytlačá kód identifikujúci výrobcu a použitý systém chovu nosníc. Tento kód sa skladá z čísla označujúceho spôsob chovu (0 = ekologický, 1 = voľný výbeh, 2 = v hale, 3 = v kletke), ISO kódu členského štátu, v ktorom sa nachádza stredisko produkcie, a čísla priradeného príslušným úradom stredisku produkcie.

2. Ciele

- Informovať spotrebiteľov o nových normách týkajúcich sa označovania vajec a dostatočne vysvetliť, čo znamená kód vytlačený na vajciach,
- poskytnúť informácie o systémoch výroby vajec na základe kódu vytlačeného na vajciach,
- poskytnúť informácie o existujúcich systémoch výsledovateľnosti.

3. Cieľové skupiny

- Spotrebiteľia a distributéri,
- tvorcovia verejnej mienky.

⁽¹⁾ Ú. v. EÚ L 186, 7.7.2006, s. 1.

4. Hlavné posolstvá

- Informovať o existencii nového kódu vytlačeného na vajciach podľa smernice Komisie 2002/4/ES ⁽¹⁾, vysvetliť jeho význam a vysvetliť charakteristiky rôznych kategórií vajec, na ktoré sa kód vzťahuje,
- posolstvá nesmú zvýhodňovať jeden spôsob výroby pred iným a nesmú obsahovať žiadne tvrdenie o nutričnej hodnote alebo o vplyve konzumovania vajec na zdravie. Akákoľvek diskriminácia medzi vajcami pochádzajúcimi z rôznych členských štátov je zakázaná.

5. Hlavné nástroje

- Elektronické nástroje (internetové stránky),
- tlačoviny (brožúry, letáky atď.)
- poskytovanie informácií v miestach predaja,
- reklama v tlači a v časopisoch o stravovaní, v tlači určenej ženám atď.,
- styky s médiami.

6. Trvanie programu

Dvanásť až dvadsaťštyri mesiacov.

MED A VČELÁRSKE PRODUKTY

1. Všeobecná analýza situácie

Sektor medu a akostných včelárskych produktov Spoločenstva, ktorému sa poskytuje iba veľmi malá podpora Spoločenstva, musí čeliť rastúcej celosvetovej konkurencii. Situáciu ešte sťažujú vysoké výrobné náklady.

Od roku 2001 podlieha tento sektor smernici Rady 2001/110/ES ⁽²⁾, podľa ktorej musí označenie etiketou vyjadrovať vzťah medzi kvalitou a pôvodom. Programy, na ktoré sa dáva podpora, sa musia zameriavať hlavne na medy a včelárske produkty Spoločenstva, ktoré poskytujú dodatočné údaje týkajúce sa regionálneho, územného a topografického pôvodu, alebo sa musia zameriavať na značky kvality, ktoré schválilo Spoločenstvo (CHOP, CHZO, ZTŠ alebo „ekologické poľnohospodárstvo“) alebo niektorý členský štát.

2. Ciele

- Informovať spotrebiteľov o rôznorodosti, organoleptických vlastnostiach a podmienkach výroby včelárskych produktov Spoločenstva,
- informovať spotrebiteľov o kvalitách nefiltrovaných a nepasterizovaných medov Spoločenstva,
- pomôcť spotrebiteľom pochopiť označovanie medu zo Spoločenstva a podporovať výrobcov, aby zlepšovali zrozumiteľnosť označovania,
- orientovať spotrebu medu na akostné produkty s dôrazom na ich výsledovateľnosť.

3. Cieľové skupiny

- Spotrebiteľia, najmä osoby od 20 do 40 rokov,
- staršie osoby a deti,
- tvorcovia verejnej mienky.

4. Hlavné posolstvá

- Informovať o právnych predpisoch Spoločenstva, ktoré sa týkajú bezpečnosti a hygieny počas výroby, certifikácie kvality a označovania,
- med je prírodný produkt založený na tradícii a na know-how, ktorý ponúka viaceré možnosti použitia v modernej kuchyni,
- široká škála medov rôzneho zemepisného a botanického pôvodu a rôznych sezón,
- rady týkajúce sa používania a nutričnej hodnoty,
- je dôležité zabezpečiť opelenie, aby sa zachovala biodiverzita.

⁽¹⁾ Ú. v. ES L 30, 31.1.2002, s. 44.

⁽²⁾ Ú. v. ES L 10, 12.1.2002, s. 47.

5. Hlavné nástroje

- Reklama vo všeobecnej a odbornej tlači (gastronomické časopisy a časopisy o životnom štýle),
- internet, kino a iné audiovizuálne komunikačné prostriedky (televízia, rádio),
- miesta predaja,
- účasť na veľtrhoch a výstavách,
- styk s verejnosťou zameraný na širokú verejnosť, organizovanie podujatí v reštauráciách a v stravovacích zariadeniach,
- šírenie informácií v školách (pokyny určené pre vyučujúci personál, študentov škôl hotelových a reštauračných služieb).

6. Trvanie a rozsah programov

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

AKOSTNÉ VÍNA VOVP, STOLOVÉ VÍNA SO ZEMEPISNÝM OZNAČENÍM**1. Všeobecná analýza situácie**

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

2. Ciele

- Zvýšiť spotrebu vín pôvodom zo Spoločenstva,
- informovať spotrebiteľov o rôznorodosti, kvalite a podmienkach výroby európskych vín, ako aj o výsledkoch vedeckých štúdií.

3. Cieľové skupiny

- Distributéri,
- spotrebiteľia, s výnimkou mladých ľudí a mládeže uvedených v odporúčaní Rady 2001/458/ES ⁽¹⁾,
- tvorcovia verejnej mienky: novinári, experti v oblasti gastronómie,
- vyučovacie zariadenia v hotelovej a reštauračnej oblasti.

4. Hlavné posolstvá

- Právne predpisy Spoločenstva pozostávajú z prísnych pravidiel, pokiaľ ide o výrobu, označovanie týkajúce sa kvality, označovanie etiketami a uvádzanie na trh, pričom zaručujú spotrebiteľom kvalitu a výsledovateľnosť ponúkaného výrobku,
- radosť zo širokého výberu európskych vín rozličného pôvodu,
- informovať o vinárstve Spoločenstva a jeho prepojení s regionálnymi a miestnymi podmienkami, kultúrami a chuťami.

5. Hlavné nástroje

- Informačné činnosti a styk s verejnosťou,
- školenia pre distribútorov a reštauračné subjekty,
- styky so špecializovanou tlačou,
- iné nástroje (internet, letáky a brožúry) zamerané na usmerňovanie výberu spotrebiteľov a rozvíjanie spotrebiteľských príležitostí (rodinné udalosti, sviatky atď.),
- prehliadky a veľtrhy: stánky predstavujúce výrobky viacerých členských štátov.

6. Trvanie programov

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

⁽¹⁾ Ú. v. ES L 161, 16.6.2001, s. 38.

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

1. Prehľad situácie

Systém Spoločenstva zameraný na ochranu názvov produktov ustanovený nariadeniami (ES) č. 509/2006 a (ES) č. 510/2006 je prioritou v rámci zavádzania programu „kvality“ spoločnej poľnohospodárskej politiky. Je preto potrebné, aby sa naďalej vyvíjalo úsilie s cieľom oboznamovať všetkých potenciálnych aktérov reťazca výroby, prípravy, uvádzania na trh a spotreby týchto produktov s chránenými označeniami a produktmi s chráneným názvom.

2. Ciele

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

Kampane sa musia zameriavať na:

- poskytovanie vyčerpávajúcich informácií o obsahu, fungovaní a komunitárnej povahe daných systémov, a najmä o ich vplyve na obchodnú hodnotu produktov s chráneným názvom, ktoré využívajú ochranu týchto systémov od momentu zaregistrovania,
- zvyšovanie známosti loga Spoločenstva pre výrobky s CHOP/CHZO a pre ZTŠ medzi spotrebiteľmi, distribútormi a profesionálmi v potravinárskom odvetví,
- povzbudzovanie zoskupení výrobcov a spracovateľov príslušných regiónov, ktoré sa ešte nezúčastňujú na týchto systémoch, aby zaregistrovali názov produktov, ktoré spĺňajú hlavné podmienky na registráciu,
- stimulovanie zoskupení výrobcov a spracovateľov, ktorí sa ešte nezúčastňujú na týchto systémoch, aby prispeli k vytváraniu výrobkov s registrovaným názvom tým, že budú spĺňať schválené špecifikácie, ako aj stanovené požiadavky na kontrolu rôznych chránených názvov,
- stimulovanie dopytu po príslušných produktoch informovaním spotrebiteľov a distribútrov o existencii, význame a výhodách týchto systémov a poskytnutím vysvetlení o logu, podmienkach udelenia označení, kontrolách, ako aj o systéme výsledovateľnosti.

3. Cieľové skupiny

- Výrobcovia a spracovatelia,
- distributéri (distribúcia vo veľkom, veľkoobchod, maloobchod, lahôdky, jedálne a reštaurácie),
- spotrebiteľia a ich združenia,
- tvorcovia verejnej mienky.

4. Hlavné posolstvá

- Produkty s chráneným názvom majú osobitné vlastnosti, ktoré súvisia s ich zemepisným pôvodom. Pokiaľ ide o produkty s CHOP, kvalita alebo vlastnosti takéhoto produktu musia byť spojené najmä alebo výlučne s osobitným zemepisným prostredím (so súvisiacimi prírodnými a ľudskými faktormi). Pokiaľ ide o CHZO, týka sa produktov, ktorých kvalita alebo osobitná povest' súvisí so zemepisným pôvodom. Zemepisná súvislosť sa musí preukázať počas minimálne jednej fázy výroby, spracovania alebo prípravy,
- produkty, ktoré sú označené ako ZTŠ, sú charakteristické osobitnou tradičnou výrobnou metódou alebo použitím tradičných prvotných surovín,
- logá Spoločenstva používané pre CHOP, CHZO a ZTŠ sú symboly používané v celom Spoločenstve, ktoré označujú produkty zodpovedajúce osobitným výrobným podmienkam, ktoré sú spojené s ich zemepisným pôvodom alebo tradíciou a ktoré podliehajú kontrolám,
- iné kvalitatívne aspekty (bezpečnosť, nutričná hodnota, chuť, výsledovateľnosť) príslušných produktov,
- predstaviť niekoľko produktov s CHOP, CHZO alebo ZTŠ, ktoré sú príkladmi obchodného napredovania produktov so zaregistrovaným názvom v rámci ochranného systému,
- tieto ochranné systémy podporujú kultúrne dedičstvo Spoločenstva, rôznorodosť poľnohospodárskej výroby, ako aj zachovávanie prírodného prostredia.

5. Hlavné nástroje

- Elektronické nástroje (internetové stránky),
- styk s verejnosťou prostredníctvom médií (odborná tlač, tlač určená pre ženy, kulinárska tlač),
- styk so združeniami spotrebiteľov,
- poskytovanie informácií a predvádzanie na miestach predaja,
- audiovizuálne spôsoby komunikácie (cielené televízne šoty atď.),
- tlačoviny (letáky, brožúry atď.),
- účasť na veľtrhoch a výstavách,
- šírenie informácií a školiace akcie a semináre týkajúce sa fungovania systému CHOP, CHZO a ZTŠ Spoločenstva.

6. Trvanie programov

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

INFORMÁCIE O GRAFICKÝCH SYMBOLOCH NAJVZDIALENEJŠÍCH REGIÓNOV**1. Všeobecná analýza situácie**

Tieto usmernenia sa týkajú najvzdialenejších regiónov v zmysle článku 299 ods. 2 zmluvy. Z externej hodnotiacej štúdie vyplynulo, že informačná kampaň Spoločenstva o grafickom symbole (ďalej len „logo“) najvzdialenejších regiónov, uskutočnená v rokoch 1998/1999, vyvolala skutočný záujem rôznych subjektov v odvetví.

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

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

2. Ciele

- Oboznamovať s existenciou, významom a výhodami loga,
- stimulovať výrobcov a spracovávateľov príslušných regiónov, aby používali logo,
- zvyšovať povedomie o logu medzi distributérmi a spotrebiteľmi.

3. Cieľové skupiny

- Miestni výrobcovia a spracovatelia,
- distributéri a spotrebiteľia,
- tvorcovia verejnej mienky.

4. Hlavné posolstvá

- Typický a prírodný produkt,
- produkt pôvodom z niektorého regiónu Spoločenstva,
- kvalita (bezpečnosť, nutričná a organoleptická hodnota, výrobný postup, prepojenie s pôvodom výrobku),
- exotika,
- rôznorodosť ponuky, aj mimo sezóny,
- výsledovateľnosť.

5. Hlavné nástroje

- Elektronické nástroje (internetové stránky atď.),
- telefónne informačné linky,
- styk s verejnosťou prostredníctvom médií (odborná tlač, tlač určená pre ženy, kulinárska tlač),
- predvádzanie na miestach predaja, prehliadkach a veľtrhoch atď.,
- styk s lekármi a s odborníkmi na výživu,

- iné nástroje (letáky, brožúry, recepty atď.),
- audiovizuálne komunikačné prostriedky,
- reklama v odbornej a miestnej tlači.

6. Trvanie programov

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov.

PRODUKTY EKOLOGICKÉHO POĽNOHOSPODÁRSTVA

1. Prehľad situácie

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

Spotrebitelia a iné zainteresované skupiny lepšie poznajú charakteristiky ekologickej výroby, avšak ich znalosti v tejto oblasti sú ešte stále nedostatočné.

V rámci európskeho akčného plánu ohľadne stravovania a biologického poľnohospodárstva ⁽¹⁾ sa informačné a propagačné činnosti považujú za kľúčový faktor vo vývoji dopytu po produktoch pochádzajúcich z ekologického poľnohospodárstva.

2. Ciele

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

Kampane sa musia zameriavať na:

- podporovanie spotreby produktov ekologického poľnohospodárstva,
- zvyšovanie povedomia spotrebiteľov o označovaní, vrátane loga Spoločenstva používaného pre produkty ekologického poľnohospodárstva,
- poskytovanie dostatočných informácií a upozorňovanie verejnosti na výhody ekologického poľnohospodárstva, najmä čo sa týka ochrany životného prostredia, dobrých životných podmienok zvierat, zachovávanie prírodného prostredia a rozvoja vidieckych regiónov,
- poskytovanie vyčerpávajúcich informácií o obsahu a fungovaní systému Spoločenstva, ktorý sa týka ekologického spôsobu výroby,
- podporovanie jednotlivých výrobcov a spracovateľov, ako aj zoskupení výrobcov a spracovateľov alebo maloobchodníkov, ktorí nevyužívajú ekologické poľnohospodárstvo, aby prešli na tento spôsob výroby, stimulovanie maloobchodníkov, zoskupenia maloobchodníkov a reštaurácie, aby predávali produkty ekologického poľnohospodárstva.

3. Cieľové skupiny

- Spotrebitelia vo všeobecnosti, ako aj združenia spotrebiteľov a osobitné podskupiny spotrebiteľov,
- tvorcovia verejnej mienky,
- distributéri (veľkí distributéri, veľkoobchodníci, špecializovaní maloobchodníci, lahôdky, jedálne, reštaurácie),
- učitelia a školy.

4. Hlavné posolstvá

- Produkty ekologického poľnohospodárstva sú prírodné produkty, vhodné pre moderný životný štýl a príjemné na konzumáciu. Spôsob ich výroby osobitne zohľadňuje životné prostredie a dobré životné podmienky zvierat. Ekologické poľnohospodárstvo prispieva k zabezpečeniu rôznorodosti poľnohospodárskej výroby a k zachovávaniu prírodného prostredia,
- produkty podliehajú výrobným pravidlám a prísny kontrolám, vrátane dokonalej výsledovateľnosti s cieľom zabezpečiť ich pôvod z prevádzok podliehajúcich systému kontroly,
- použitie prívlastkov „biologický“ a „ekologický“ ako aj ich ekvivalentov v iných jazykoch na označenie potravín je chránené zákonom. Logo Spoločenstva, symbol používaný pre biologické produkty, sa používa v celom Spoločenstve a označuje, že produkty spĺňajú prísne výrobné kritériá Spoločenstva a že boli prísne skontrolované. Informácie o logu Spoločenstva sa môžu poskytnúť zároveň s informáciami o logách zavedených v členských štátoch,
- ostatné kvalitatívne aspekty (bezpečnosť, nutričná hodnota, chuť) príslušných produktov sa musia zdôrazniť.

⁽¹⁾ KOM(2004) 415 v konečnom znení.

5. Hlavné nástroje

- Elektronické nástroje (internetové stránky),
- telefónne informačné linky,
- styk s verejnosťou prostredníctvom médií (odborná tlač, tlač určená ženám, kulinárska tlač),
- styk so združeniami spotrebiteľov,
- poskytovanie informácií v miestach predaja,
- činnosti v školách,
- audiovizuálne komunikačné prostriedky (najmä ciele televízne šoty),
- tlačoviny (letáky, brožúry atď.),
- účasť na veľtrhoch a výstavách,
- šírenie informácií a školiace akcie a semináre týkajúce sa fungovania systému uplatniteľného na produkty ekologickej výroby a ekologickej výroby.

6. Trvanie programov

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

HYDINOVÉ MÄSO

1. Všeobecná analýza situácie

Kríza dôvery spotrebiteľov voči hydínovému mäsu vyplývajúca z medializácie vtácej chrípky sa prejavila značným poklesom jeho spotreby. Preto by sa mala posilniť dôvera spotrebiteľov voči hydínovému mäsu s pôvodom v Spoločenstve.

Je preto potrebné poskytovať objektívne informácie o produkčných systémoch Spoločenstva (obchodných normách) a kontrolách, ktoré sa požadujú na základe všeobecných právnych predpisov týkajúcich sa kontroly a bezpečnosti potravín.

2. Ciele

- Informačné a propagačné kampane sa obmedzia na výrobky vyrobené v EÚ,
- cieľom týchto kampaní je:
 - zaručiť objektívne a úplné informácie o právnych predpisoch Spoločenstva a vnútroštátnych právnych predpisoch týkajúcich sa systémov výroby pre bezpečnosť výrobkov z hydínového mäsa, predovšetkým sprostredkovať spotrebiteľom úplné a presné informácie o obchodných normách,
 - informovať spotrebiteľov o rôznorodosti a organoleptických a nutričných vlastnostiach hydínového mäsa,
 - upriamiť pozornosť spotrebiteľov na výsledovateľnosť.

3. Cieľové skupiny

- Spotrebiteľia a združenia spotrebiteľov,
- osoby zodpovedné za nákup v domácnosti,
- inštitúcie (reštaurácie, nemocnice, školy atď.),
- distribúteri a združenia distribúterov,
- novinári a tvorcovia verejnej mienky.

4. Hlavné poslanstvá

- Obchodovanie s hydínovým mäsom na území EÚ je predmetom právnych predpisov Spoločenstva, ktoré pokrývajú celú reťaz od výroby cez zabitie po spotrebu,
- vykonávajú sa bezpečnostné opatrenia vrátane kontrol,
- všeobecné rady týkajúce sa hygieny pri manipulácii s potravinárskymi výrobkami živočíšneho pôvodu.

5. Hlavné nástroje

- Internet,
- styk s verejnosťou prostredníctvom médií a reklama (vedecká a odborná tlač, tlač pre ženy, denníky, kulinárske časopisy),
- styk so združeniami spotrebiteľov,
- audiovizuálne komunikačné prostriedky,
- tlačoviny (letáky, brožúry atď.),
- poskytovanie informácií v miestach predaja.

6. Trvanie a rozsah programov

Programy musia pokrývať aspoň jeden štát alebo viacero členských štátov.

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

PRÍLOHA II

TRETIE ŠTÁTY

A. ZOZNAM VÝROBKOV, NA KTORÉ SA MÔŽU ROBIŤ PROPAGAČNÉ KAMPANE

- Čerstvé, chladené a mrazené hovädzie, teľacie a bravčové mäso, potravinové prípravky z týchto výrobkov,
- kvalitné hydinové mäso,
- mliečne výrobky,
- olivový olej a stolové olivy,
- stolové vína so zemepisným označením. Akostné vína z ohraničenej vinohradníckej plochy (akostné vína VOVP),
- alkoholické nápoje so zemepisným označením alebo vyhradeným tradičným označením,
- čerstvé alebo spracované ovocie a zelenina,
- spracované výrobky z obilnín a ryže,
- priadny ľan,
- živé rastliny a výrobky okrasného záhradníctva,
- výrobky s chráneným označením pôvodu (CHOP), chráneným zemepisným označením (CHZO) alebo zaručené tradičné špeciality (ZTŠ) v súlade s nariadením (ES) č. 509/2006 alebo s nariadením (ES) č. 510/2006,
- výrobky ekologického poľnohospodárstva v súlade s nariadením (EHS) č. 2092/91.

B. ZOZNAM TRETÍCH TRHOV, NA KTORÝCH MOŽNO REALIZOVAŤ PROPAGAČNÉ ČINNOSTI

A. Štáty

- Južná Afrika
- Bývalá juhoslovanská republika Macedónsko
- Austrália
- Bosna a Hercegovina
- Čína
- Južná Kórea
- Chorvátsko
- India
- Japonsko
- Kosovo
- Čierna Hora
- Nórsko
- Nový Zéland

— Rusko

— Srbsko

— Švajčiarsko

— Turecko

— Ukrajina

B. Zemepisné oblasti

— Severná Afrika

— Severná Amerika

— Latinská Amerika

— Juhovýchodná Ázia

— Blízky a Stredný východ

PRÍLOHA III

Orientačné ročné rozpočty jednotlivých odvetví ustanovené v článku 6

1. Čerstvé ovocie a zelenina: 10 miliónov EUR
 2. Spracované ovocie a zelenina: 2 milióny EUR
 3. Priadny ľan: 1 milión EUR
 4. Živé rastliny a výrobky okrasného záhradníctva: 3 milióny EUR
 5. Olivový olej a stolové olivy: 7 miliónov EUR (z toho minimálne 3 milióny EUR pre tretie krajiny)
 6. Semenné oleje: 2 milióny EUR
 7. Mlieko a mliečne výrobky: 4 milióny EUR
 8. Čerstvé, chladené alebo mrazené mäso vyrobené v súlade s vnútroštátnym programom kvality alebo programom kvality Spoločenstva: 4 milióny EUR
 9. Označovanie vajec: 2 milióny EUR
 10. Med a včelárske produkty: 1 milión EUR
 11. Akostné vína VOVP, stolové vína so zemepisným označením: 3 milióny EUR
 12. Produkty s chráneným označením pôvodu (CHOP), s chráneným zemepisným označením (CHZO) alebo zaručená tradičná špecialita (ZTS): 3 milióny EUR
 13. Informácie o grafických symboloch najvzdialenejších regiónov: 1 milión EUR
 14. Produkty ekologického poľnohospodárstva: 3 milióny EUR
 15. Hydinové mäso: p.m.
-

PRÍLOHA IV

Tabuľka zhody

Nariadenie (ES) č. 1071/2005 (vnútorný trh)	Nariadenie (ES) č. 501/2008 (jednotné nariadenie Komisie)	Nariadenie (ES) č. 1346/2005 (tretie krajiny)
článok 1	článok 1	článok 1
článok 2	článok 2	článok 2
článok 3	článok 3	článok 3
článok 4	článok 4	—
—	článok 5	článok 4
článok 5	článok 6 ods. 1	—
—	článok 6 ods. 2	článok 5
článok 7 ods. 2 písm. b)	článok 6 ods. 3 sčasti	—
—	článok 7	článok 6 a článok 10 ods. 3 druhý pododsek
článok 7 ods. 1, ods. 2 písm. a) a c) a ods. 3	článok 8	článok 7 ods. 1, ods. 2 druhý pododsek a ods. 3
článok 7 ods. 2 okrem písm. a) a c) a ods. 4	článok 9	článok 7 ods. 2 okrem prvého pododseku a ods. 4 a 5
—	článok 10	článok 8
článok 8	článok 11	článok 9
článok 9 ods. 1	článok 12	článok 10 ods. 1
článok 9 ods. 2 a 3	článok 13	článok 10 ods. 2 a ods. 3 prvý pododsek
článok 10 ods. 1 až 3	článok 14	článok 11
článok 6 a článok 10 ods. 4	článok 15	—
článok 11	článok 16	článok 12
článok 12	článok 17	článok 13
článok 13	článok 18	článok 14
článok 14	článok 19	článok 15
článok 15	článok 20	článok 16
článok 16	článok 21	článok 17
článok 17	článok 22	článok 18
článok 18	článok 23	článok 19
článok 19	článok 24	článok 20
článok 20	článok 25	článok 21
článok 21	článok 26	článok 22
článok 22	článok 27	článok 23
článok 23	článok 28	článok 24
článok 25	článok 29	článok 26