

Tento dokument je třeba brát jako dokumentační nástroj a instituce nenesou jakoukoli odpovědnost za jeho obsah

► **B**

NAŘÍZENÍ KOMISE (ES) č. 501/2008

ze dne 5. června 2008,

kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 3/2008 o informačních a propagačních opatřeních na podporu zemědělských produktů na vnitřním trhu a ve třetích zemích

(Úř. věst. L 147, 6.6.2008, s. 3)

Ve znění:

		Úřední věstník		
		Č.	Strana	Datum
► <u>M1</u>	Nařízení Komise (ES) č. 1313/2008 ze dne 19. prosince 2008	L 344	61	20.12.2008
► <u>M2</u>	Prováděcí nařízení Komise (EU) č. 1085/2011 ze dne 27. října 2011	L 281	5	28.10.2011
► <u>M3</u>	Prováděcí nařízení Komise (EU) č. 737/2013 ze dne 30. července 2013	L 204	26	31.7.2013
► <u>M4</u>	Prováděcí nařízení Komise (EU) č. 796/2014 ze dne 23. července 2014	L 218	1	24.7.2014

**NAŘÍZENÍ KOMISE (ES) č. 501/2008**

ze dne 5. června 2008,

kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 3/2008 o informačních a propagačních opatřeních na podporu zemědělských produktů na vnitřním trhu a ve třetích zemích

KOMISE EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ,

s ohledem na Smlouvu o založení Evropského společenství,

s ohledem na nařízení Rady (ES) č. 3/2008 ze dne 17. prosince 2007 o informačních a propagačních opatřeních na podporu zemědělských produktů na vnitřním trhu a ve třetích zemích⁽¹⁾, a zejména na články 4 a na články 5, 9 a 15 uvedeného nařízení,

vzhledem k těmto důvodům:

- (1) Nařízení (ES) č. 3/2008 stanoví, že Komise určí prováděcí pravidla pro informační a propagační programy spolufinancované z rozpočtu Společenství.
- (2) Na základě získaných zkušeností, předpokládaného vývoje na trzích uvnitř i vně Společenství i nových souvislostí mezinárodního obchodu je třeba na vnitřním trhu a na trzích třetích zemí vytvořit jednotnou a soudržnou informační a propagační politiku týkající se zemědělských produktů a metod jejich produkce, jakož i potravinářských výrobků vyrobených ze zemědělských produktů, aniž by však byla propagována spotřeba určitého produktu z důvodu jeho původu. Za účelem jasnosti je proto nutné zrušit nařízení Komise (ES) č. 1071/2005 ze dne 1. července 2005, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 2826/2000 o informačních a propagačních opatřeních pro zemědělské produkty na vnitřním trhu⁽²⁾, a (ES) č. 1346/2005 ze dne 16. srpna 2005, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 2702/1999 o informačních a propagačních opatřeních na podporu zemědělských produktů ve třetích zemích⁽³⁾, a nahradit je jediným nařízením, přičemž by měla být v jednotlivých kapitolách zachována zvláštní povaha opatření podle jejich místa provádění.
- (3) V zájmu řádného řízení je třeba stanovit zavedení a pravidelnou aktualizaci seznamu témat, produktů a trhů, které jsou předmětem informačních a propagačních opatření ve prospěch zemědělských produktů, stanovení příslušných vnitrostátních orgánů odpovědných za provádění tohoto nařízení a trvání programů.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 3, 5.1.2008, s. 1.

⁽²⁾ Úř. věst. L 179, 11.7.2005, s. 1. Nařízení ve znění nařízení Komise (ES) č. 1022/2006 (Úř. věst. L 184, 6.7.2006, s. 3).

⁽³⁾ Úř. věst. L 212, 17.8.2005, s. 16.

▼B

- (4) V zájmu informovanosti a ochrany spotřebitelů je třeba stanovit, že veškerá sdělení o dopadech zemědělského produktu na zdraví určená spotřebitelům a dalším cílovým skupinám v rámci programů na vnitřním trhu, musí být založena na uznávaných vědeckých údajích a že zdroje těchto informací musí být uznané.
- (5) Aby se předešlo riziku narušení hospodářské soutěže, je třeba stanovit jednak hlavní zásady a obecná zaměření v oblasti produktů, kterých se týkají informační a propagační kampaně na vnitřním trhu, jednak pravidla v oblasti odkazů na zvláštní původ produktů, které jsou předmětem informačních a propagačních kampaní ve třetích zemích.
- (6) V zájmu právní jistoty je vhodné upřesnit, že programy navrhované pro vnitřní trh musí dodržovat zejména všechny právní předpisy Společenství o příslušných produktech a jejich uvádění na trh, stejně jako výše uvedené pokyny.
- (7) Jeví se jako vhodné použít stejná pravidla na opatření, která mají realizovat mezinárodní organizace uvedené v čl. 6 odst. 2 nařízení (ES) č. 3/2008, aby se sjednotila pravidla výběru provádějících subjektů a programů. Pro právní jistotu je vhodné, aby sdělení šířená v rámci programů byla v souladu s právními předpisy dotyčných třetích zemí.
- (8) Je třeba stanovit postup pro předkládání programů a výběr výkonného subjektu, aby se zaručila co nejširší hospodářská soutěž a volný pohyb služeb s přihlédnutím k ustanovením směrnice Evropského parlamentu a Rady 2004/18/ES ze dne 31. března 2004 o koordinaci postupů při zadávání veřejných zakázek na stavební práce, dodávky a služby, pokud je navrhující organizace veřejným subjektem ⁽¹⁾.
- (9) Nařízení (ES) č. 3/2008 stanoví, že navrhující organizace mohou samy provádět některé části programů, vybírat prováděcí subjekty v pozdější fázi postupu a udržovat úroveň příspěvku Společenství na stálé úrovni nepřesahující 50 % skutečných nákladů každé fáze programu a 60 % pro opatření v odvětví ovoce a zeleniny, která jsou zaměřena na děti ve školních zařízeních Společenství. Je vhodné stanovit prováděcí pravidla těchto ustanovení.
- (10) Je třeba stanovit kritéria pro výběr programů členskými státy a pro přezkoumání programů vybraných Komisí tak, aby se zajistilo dodržování pravidel Společenství a účinnost prováděných akcí. Komise po přezkoumání programů vybere přijaté programy a stanoví pro ně příslušné rozpočty.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 134, 30.4.2004, s. 114. Směrnice naposledy pozměněná nařízením Komise (ES) č. 213/2008 (Úř. věst. L 74, 15.3.2008, s. 1).

▼ B

- (11) V případě programů zaměřených na třetí země je v zájmu efektivnosti opatření Společenství nutné, aby členské státy zajistily soudržnost a doplňkovost schválených programů s vnitrostátními nebo regionálními programy a je třeba definovat preferenční kritéria výběru programů tak, aby jejich dopad byl optimální.
- (12) Pokud se programů zúčastní více členských států, je třeba stanovit opatření umožňující těmto státům se vzájemně dohodnout o předkládání a přezkoumání programů.
- (13) V zájmu dobrého finančního hospodaření je třeba upřesnit pravidla finanční účasti členských států a navrhujících organizací v programech.
- (14) Aby se vyloučilo riziko dvojího financování, je třeba vyloučit z podpory podle nařízení (ES) č. 3/2008 informační a propagační opatření na vnitřním trhu podporovaná v rámci nařízení Rady (ES) č. 1698/2005 ze dne 20. září 2005 o podpoře pro rozvoj venkova z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (EZFRV) ⁽¹⁾.
- (15) Různá pravidla týkající se výkonu závazků musí být předmětem smluv uzavřených v přiměřené lhůtě mezi zúčastněnými stranami a příslušnými vnitrostátními orgány na základě vzorových smluv, které členským státům poskytne Komise.
- (16) Aby se zaručilo řádné plnění smlouvy, měla by smluvní strana složit příslušnému vnitrostátnímu orgánu záruku ve výši 15 % příspěvků Společenství a příslušných členských států. Za stejným účelem bude složena záruka v případě žádosti o zálohu na každou roční fázi.
- (17) Je třeba určit kontroly prováděné členskými státy.
- (18) Je třeba stanovit, že provádění opatření stanovených ve smlouvách představuje hlavní požadavek ve smyslu článku 20 nařízení Komise (EHS) č. 2220/85 ze dne 22. července 1985, kterým se stanoví společná prováděcí pravidla k režimu jistot pro zemědělské produkty ⁽²⁾.
- (19) Vzhledem k požadavkům řádné rozpočtové správy je nezbytné stanovit peněžní postih v případě, že nebude dodržena lhůta k předložení žádosti o průběžné platby, nebo v případě zpoždění plateb členských států.
- (20) Ve snaze zajistit řádnou finanční správu a vyloučit riziko, že by stanovené vyplácení vyčerpalo finanční účast Společenství tak, že by nebylo možné vyplácet zůstatek, je třeba předběžně určit, že záloha a různé průběžné platby nesmí překročit 80 % příspěvku Společenství a příspěvků členských států. Za stejným účelem je třeba, aby příslušný vnitrostátní orgán obdržel žádost o vyplacení zůstatku ve stanovené lhůtě.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 277, 21.10.2005, s. 1. Nařízení naposledy pozměněné nařízením (ES) č. 146/2008 (Úř. věst. L 46, 21.2.2008, s. 1).

⁽²⁾ Úř. věst. L 205, 3.8.1985, s. 5. Nařízení naposledy pozměněné nařízením (ES) č. 1913/2006 (Úř. věst. L 365, 21.12.2006, s. 52).

▼B

- (21) Je třeba, aby členské státy ověřily veškerý materiál určený pro informaci a propagaci, který bude vyhotoven v rámci programů. Je třeba stanovit podmínky jeho použití po ukončení programů.
- (22) Ve světle získaných zkušeností a za účelem sledování řádného provádění programů je třeba upřesnit pravidla pro monitorování prováděné skupinou vytvořenou za tímto účelem podle nařízení (ES) č. 3/2008.
- (23) Zdá se, že je nezbytné, aby členské státy kontrolovaly provádění opatření a aby se výsledky ověřování a kontroly podle tohoto nařízení sdělovaly Komisi. V zájmu řádné finanční správy je třeba stanovit spolupráci mezi členskými státy v případech, kdy dojde k provádění činností v jiném členském státě než tom, kde sídlí příslušná smluvní organizace.
- (24) Za účelem účinné ochrany finančních zájmů Společenství je třeba přijmout odpovídající opatření k boji proti podvodům a vážným zanedbáním. Za tímto účelem je třeba stanovit náhrady a sankce.
- (25) U víceletých programů je třeba jasně stanovit, že po ukončení každé roční fáze je třeba předložit vnitřní hodnotící zprávu i v případě, že není předložena žádná žádost o platbu.
- (26) Úroková míra, kterou zaplatí příjemce neoprávněné platby, musí odpovídat úrokové míře za pohledávky nesplacené ke dni splatnosti podle článku 86 nařízení Komise (ES, Euratom) č. 2342/2002 ze dne 23. prosince 2002 o prováděcích pravidlech k nařízení Rady (ES, Euratom) č. 1605/2002, kterým se stanoví finanční nařízení o souhrnném rozpočtu Evropských společenství ⁽¹⁾.
- (27) Opatření stanovená tímto nařízením jsou v souladu se stanoviskem Řídícího výboru pro společnou organizaci zemědělských trhů,

PŘIJALA TOTO NAŘÍZENÍ:

KAPITOLA I

OBECNÁ USTANOVENÍ

Článek 1

Předmět a definice

1. Toto nařízení stanoví prováděcí pravidla k nařízení (ES) č. 3/2008, zejména v oblasti vypracování, výběru, provádění, financování a kontroly programů podle článku 6 uvedeného nařízení.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 357, 31.12.2002, s. 1. Nařízení naposledy pozměněné nařízením (ES, Euratom) č. 478/2007 (Úř. věst. L 111, 28.4.2007, s. 13).

▼B

2. „Programem“ se rozumí soubor souvisejících opatření, která mají dostatečný rozsah pro zlepšení informování o dotčených produktech a jejich odbytu.

*Článek 2***Určení příslušných orgánů**

Členské státy určí příslušné orgány pověřené prováděním tohoto nařízení (dále jen „příslušné vnitrostátní orgány“).

Názvy a úplné údaje o určených orgánech a všechny případné změny v této oblasti sdělí Komisi.

Komise tyto informace vhodným způsobem zveřejní.

*Článek 3***Délka programů**

Programy se provádějí v období minimálně jednoho roku a maximálně tří let ode dne nabytí účinnosti smlouvy podle čl. 16 odst. 1.

*Článek 4***Charakteristika informačních a propagačních sdělení šířených v rámci programů zaměřených na vnitřní trh**

1. Aby byla dodržena kritéria podle čl. 3 odst. 1 nařízení (ES) č. 3/2008, musí být informační nebo propagační sdělení určené spotřebitelům a jiným cíleným subjektům v rámci programů (dále jen „sdělení“) založeno na skutečných vlastnostech dotčeného produktu nebo jeho znacích.

2. Jakýkoli odkaz na původ produktů musí být druhořadý ve srovnání s hlavním poselstvím kampaně. Označení původu produktu se však může objevit v rámci určitého informačního nebo propagačního opatření, jedná-li se o označení učiněné v souladu s právními předpisy Společenství nebo jde-li o typický produkt nezbytný k dokreslení informačních nebo propagačních opatření.

3. Jakákoli zmínka ohledně účinků konzumace dotčených produktů na zdraví obsažená ve sděleních musí být založena na obecně uznaných vědeckých údajích.

Sdělení obsahující zmínku o takových účincích musí být přijata příslušným vnitrostátním orgánem v oblasti veřejného zdraví.

Oborová nebo mezioborová organizace podle čl. 6 odst. 1 nařízení (ES) č. 3/2008, která navrhuje program, uchovává pro potřeby dotčeného členského státu a Komise seznam vědeckých studií a stanovisek vydaných schválenými vědeckými institucemi na nichž jsou založena sdělení programu, která obsahují zmínku o účincích na zdraví.

▼B*Článek 5***Charakteristika informačních a propagačních sdělení šířených v rámci programů zaměřených na třetí země**

1. Veškerá sdělení jsou založena na skutečných vlastnostech dotyčného produktu nebo jeho znacích.

Sdělení musí být v souladu s právními předpisy, které platí ve třetích zemích, kterým jsou sdělení určena.

2. Jakýkoli odkaz na původ produktů musí být druhořadý ve srovnání s hlavním poselstvím kampaně. Označení původu produktu se však může objevit v rámci určitého informačního nebo propagačního opatření, jedná-li se o označení učiněné v souladu s právními předpisy Společenství nebo jde-li o typický produkt nezbytný k dokreslení informačních nebo propagačních opatření.

*Článek 6***Cíl opatření a orientační rozpočty**

1. Seznam témat a produktů, na něž se mohou vztahovat opatření určená k uskutečnění na vnitřním trhu v souladu s čl. 3 odst. 1 nařízení (ES) č. 3/2008, je uveden v příloze I části A tohoto nařízení.

Aktualizuje se každé dva roky nejpozději do 31. března.

2. Seznam produktů, na něž se mohou vztahovat opatření určená k uskutečnění ve třetích zemích v souladu s čl. 3 odst. 2 nařízení (ES) č. 3/2008, je uveden v příloze II části A tohoto nařízení. Seznam trhů třetích zemí, na nichž lze tato opatření uskutečnit, je uveden v příloze II části B.

Aktualizuje se každé dva roky nejpozději do 31. prosince.

3. Orientační roční rozpočty pro jednotlivá odvětví jsou uvedeny v příloze III.

KAPITOLA II

VÝBĚR PROGRAMŮ UVEDENÝCH V ČLÁNCÍCH 6 AŽ 8 NAŘÍZENÍ (ES) č. 3/2008*Článek 7***Programy zaměřené na třetí země uskutečňované ve spolupráci s mezinárodními organizacemi**

1. V případě použití čl. 6 odst. 2 nařízení (ES) č. 3/2008 mezinárodní organizace uvedené ve zmíněném článku předloží na žádost Komise návrhy programů plánovaných na další rok.

Podmínky poskytnutí a vyplacení příspěvku Společenství podle čl. 13 odst. 4 nařízení (ES) č. 3/2008 se řídí smlouvou o dotaci uzavřenou mezi Společenstvím a dotyčnou mezinárodní organizací.

▼B

2. Směrnice 2004/18/ES se použije v případě, že opatření uskuteční mezinárodní organizace uvedené v čl. 6 odst. 2 nařízení (ES) č. 3/2008.

*Článek 8***Prezentace programů**

1. Pro uskutečňování opatření obsažených v programech vyhláší dotčený členský stát každoročně výzvy k předkládání návrhů.

▼M4

Oborové a mezioborové organizace v Unii, které zastupují daná odvětví (dále jen „navrhující organizace“), předloží své programy členskému státu nejpozději do 28. února.

▼B

Programy se předkládají ve formě stanovené Komisí, která je uveřejněna na její internetové stránce. Tato forma je přiložena k výzvam k předkládání návrhů uvedených v prvním pododstavci.

2. Programy předložené podle odstavce 1 musí:

- a) splňovat právní předpisy Společenství o uvedených produktech a jejich uvádění na trh;
- b) splňovat specifikaci obsahující kritéria pro vyloučení, výběr a přidělení, kterou za tímto účelem zveřejní zúčastněné členské státy;
- c) být dostatečně podrobné, aby bylo možno zhodnotit jejich soulad s právními předpisy a poměr mezi náklady a účinností.

3. Za účelem provádění svých programů určí každá navrhující organizace patřičným a členským státem ověřeným způsobem ve výběrovém řízení jeden či více provádějících subjektů. Pokud došlo k výběru ještě před předložením programu, provádějící subjekt se může podílet na jeho přípravě.

*Článek 9***Předběžný výběr programů členskými státy**

1. Členské státy vypracují předběžný seznam programů, které vyberou na základě kritérií stanovených ve specifikaci podle čl. 8 odst. 2 písm. b).

2. Členské státy hodnotí programy zaměřené na třetí země především podle následujících kritérií:

- a) soulad navržených strategií se stanovenými cíli;
- b) kvalita navržených opatření;

▼ B

c) očekávaný dopad jejich uskutečnění na poptávku po dotčených produktech;

d) záruky účinnosti a reprezentativnosti navrhujiících organizací;

e) technické schopnosti a záruky účinnosti navrženého provádějíícího subjektu.

3. Programy zaměřené na vnitřní trh splňují kromě povinností uvedených v článku 8 a v tomto článku hlavní směry pro propagaci na vnitřním trhu uvedené v čl. 5 odst. 1 nařízení (ES) č. 3/2008 a v příloze I části B tohoto nařízení.

4. Jedná-li se o program, který se týká více členských států, vyberou tyto státy program po společné poradě a jmenují jeden členský stát do funkce koordinátora. Zejména se zavází k účasti na financování podle čl. 14 odst. 2 a k vytvoření vzájemné správní spolupráce za účelem zlepšení sledování, provádění a kontroly programů.

5. V případě programů zaměřených na třetí země dbá každý členský stát na soulad stanovených národních nebo regionálních opatření s opatřeními, která jsou spolufinancována podle nařízení (ES) č. 3/2008, a na doplňkovost předložených programů k národním nebo regionálním kampaním.

*Článek 10***Přednost při výběru programů zaměřených na třetí země**

1. V rámci programů uvedených v čl. 6 odst. 1 nařízení (ES) č. 3/2008 předložených více členskými státy bude v případě programů zaměřených na třetí země dána přednost těm programům, které se vztahují na skupinu produktů a které kladou důraz zejména na aspekty spojené s kvalitou, výživovou hodnotou a bezpečností potravin z produkce Společenství.

2. V případě programů, které se dotýkají pouze jednoho členského státu nebo jednoho produktu, se upřednostní ty programy, které vyzdvihují zájem Společenství, zejména kvalitu, výživovou hodnotu, bezpečnost a reprezentativnost evropské zemědělské a potravinářské produkce.

▼ M4*Článek 11***Výběr programů Komisí**

1. Členské státy předají Komisi seznam podle čl. 9 odst. 1, v němž je případně uveden seznam vybraných provádějíících subjektů, pokud již byly určeny podle s čl. 8 odst. 3, a kopii každého programu. Tyto doklady musí být podány jak elektronicky, tak poštou, aby je Komise obdržela nejpozději do 30. dubna.

▼ M4

Pokud se jedná o program, který zahrnuje více členských států, předají příslušné členské státy seznam po společné dohodě.

2. Komise nejpozději do 15. července informuje dotyčné členské státy, pokud shledá, že předložený program nebo jeho část nejsou v souladu:

- a) s předpisy Unie nebo
- b) s hlavními směry v případě vnitřního trhu nebo
- c) s kritérii uvedenými v čl. 9 odst. 2 v případě třetích zemí.

3. Členské státy v souladu s čl. 7 odst. 2 třetím pododstavcem nařízení (ES) č. 3/2008 předají Komisi opravené programy ve lhůtě padesáti pěti kalendářních dnů po obdržení informací podle odstavce 2 tohoto článku.

Po ověření opravených programů rozhodne Komise nejpozději do 30. listopadu o tom, které programy může spolufinancovat podle postupu uvedeného v čl. 16 odst. 2 nařízení (ES) č. 3/2008.

4. Navrhující organizace je (jsou) odpovědná (odpovědné) za řádné provádění a řízení vybraného programu.

▼ B*Článek 12***Schválení provádějících subjektů členskými státy**

1. Členský stát schválí výběr provádějícího subjektu podle čl. 8 odst. 3 a uvede o tom Komisi dříve, než dojde k podepsání smlouvy uvedené v čl. 16 odst. 1.

2. Členský stát ověří, že vybraný provádějící subjekt má k dispozici finanční a technické prostředky nezbytné k zajištění co nejúčinnějšího výkonu opatření podle čl. 11 odst. 3 nařízení (ES) č. 3/2008. O použitém postupu uvědomí Komisi.

*Článek 13***Provádění určitých částí programu navrhující organizací**

1. Navrhující organizace je oprávněna zahájit určité části programu podle čl. 11 odst. 2 nařízení (ES) č. 3/2008 pouze za následujících podmínek:

- a) navrhující organizace splňuje povinnosti uvedené v čl. 11 odst. 3 nařízení (ES) č. 3/2008;
- b) navrhující organizace má nejméně pětiletou praxi v provádění stejného druhu opatření;

▼B

- c) při realizaci části programu navrhující organizací nebude vyčerpáno více než 50 % celkových nákladů na program, pokud se nejedná o výjimečné a řádně odůvodněné případy, které Komise nejprve písemně schválila;
- d) navrhující organizace zaručí, že náklady na opatření, která se chystá sama provést, nepřekročí tarify běžně používané na trhu.

Členský stát ověřuje dodržování těchto podmínek.

2. Pokud je navrhující organizací veřejnoprávní subjekt ve smyslu čl. 1 odst. 9 druhého pododstavce směrnice 2004/18/ES, přijmou členské státy nezbytná opatření k tomu, aby subjekty pravomocné v oblasti přidělování zakázek dbaly na dodržování ustanovení této směrnice.

KAPITOLA III

FINANCOVÁNÍ PROGRAMŮ*Článek 14***Obecná pravidla financování**

1. Finanční příspěvek Společenství se vyplatí příslušným členským státům.
2. Pokud se na financování programu podílí více členských států, jejich příspěvek doplní finanční příspěvek navrhující organizace se sídlem na území těchto států. V tomto případě finanční příspěvek Společenství nepřekročí limity stanovené v čl. 13 odst. 2 nařízení (ES) č. 3/2008.
3. Finanční příspěvky stanovené v článku 13 nařízení (ES) č. 3/2008 jsou uvedeny v programu předloženém Komisi.

*Článek 15***Zvláštní pravidla pro vnitřní trh**

1. V případě použití článku 9 nařízení (ES) č. 3/2008 se použije postup stanovený v čl. 11 odst. 1, 2 a 3 a dále články 14 až 23 tohoto nařízení.

Pro účely programů uvedených v článku 9 nařízení (ES) č. 3/2008 se uzavřou smlouvy mezi dotčenými členskými státy a vybranými provádějícími subjekty.

2. Informační a propagační opatření, kterým je poskytována podpora na základě nařízení Rady (ES) č. 1698/2005, nemají nárok na finanční podporu Společenství na základě tohoto nařízení.

*Článek 16***Uzavírání smluv a skládání jistot**

1. Jakmile Komise přijme rozhodnutí podle čl. 11 odst. 3, informuje členský stát každou navrhující organizaci, zda její žádost byla přijata či nikoli.

▼B

S vybranými navrhujícími organizacemi uzavřou členské státy smlouvy ve lhůtě devadesátí kalendářních dní po oznámení rozhodnutí Komise podle čl. 11 odst. 3. Po vypršení této lhůty nemůže již být uzavřena žádná smlouva bez předběžného povolení Komise.

2. Členské státy použijí vzorové smlouvy, které jim poskytne Komise.

Členské státy mohou případně s ohledem na vnitrostátní předpisy upravit určité podmínky obsažené ve vzorových smlouvách, aniž by tím však byly dotčeny právní předpisy Společenství.

3. K uzavření smlouvy mezi oběma stranami může dojít až po složení jistoty navrhující organizace ve prospěch členského státu a za podmínek podle hlavy III nařízení (EHS) č. 2220/85 ve výši 15 % maximálního ročního finančního příspěvku Společenství a dotčených členských států, aby bylo zajištěno řádné plnění smlouvy.

Je-li však smluvní strana veřejnoprávním subjektem nebo jedná-li pod jeho dozorem, může příslušný vnitrostátní orgán přijmout písemnou záruku od dozorčího subjektu ve výši procentního podílu podle prvního pododstavce pod podmínkou, že se tento dozorčí subjekt zaváže:

- a) dohlížet na řádný výkon sjednaných závazků;
- b) ověřit, že přijaté částky jsou skutečně použity na výkon sjednaných závazků.

Doklad o složení jistoty musí být členskému státu doručen před uplynutím lhůty stanovené v odstavci 1.

4. Zásadním požadavkem ve smyslu článku 20 nařízení (EHS) č. 2220/85 je provádění opatření vyplývajících ze smlouvy.

▼M2

5. Členský stát předá Komisi na její žádost do deseti pracovních dnů kopii smlouvy a doklad o složení jistoty.

Členský stát rovněž předá Komisi na její žádost do deseti pracovních dnů kopii smlouvy uzavřené mezi vybranou navrhující organizací a provádějícím subjektem. Tato druhá smlouva stanoví povinnost provádějícího subjektu podrobit se kontrole podle článku 25.

▼B*Článek 17***Režim záloh**

1. Smluvní strana může předložit členskému státu žádost o zálohu spolu s jistotou podle odstavce 3 tohoto článku do třiceti kalendářních dnů po podpisu smlouvy podle čl. 16 odst. 1 a v případě víceletých programů tak může učinit do třiceti dnů po zahájení každé 12měsíční fáze. Po uplynutí lhůty již o zálohu nelze žádat.

▼ B

Každá záloha pokryje maximálně 30 % ročního příspěvku Společenství a příspěvku dotčeného členského státu nebo dotčených členských států podle čl. 13 odst. 2 a 3 nařízení (ES) č. 3/2008.

2. Záloha musí být členským státem vyplacena do třiceti kalendářních dnů po podání žádosti o zálohu. S výjimkou případů vyšší moci má každé zpoždění ve vyplácení za následek snížení měsíční zálohy vyplácené Komisí členskému státu podle pravidel článku 9 nařízení Komise (ES) č. 883/2006 ⁽¹⁾.

▼ M2

3. Za účelem vyplacení zálohy musí smluvní strana složit ve prospěch členského státu jistotu ve výši 110 % této zálohy podle podmínek hlavy III nařízení (EHS) č. 2220/85. Členský stát předá Komisi na její žádost do deseti pracovních dnů kopii každé žádosti o zálohu a důkaz o složení příslušné jistoty.

▼ B

Je-li však smluvní strana veřejnoprávním subjektem nebo jedná-li pod jeho dozorem, může příslušný vnitrostátní orgán přijmout písemnou záruku od dozorčího subjektu ve výši procentního podílu podle prvního pododstavce pod podmínkou, že se tento dozorčí subjekt zaváže k vyplacení částky pokryté jistotou v případě, že nedojde ke stanovení práva na poskytnutí zálohy.

*Článek 18***Průběžné platby**

1. Navrhující organizace podávají u členských států žádosti o průběžné platby příspěvku Společenství a příspěvku členských států před koncem kalendářního měsíce následujícího po měsíci, v němž uplyne každé čtvrtletí, počítáno ode dne podpisu smlouvy podle čl. 16 odst. 1.

K těmto žádostem, které se týkají plateb provedených během uvedeného čtvrtletí, se přiloží souhrnný finanční výkaz, kopie faktur a příslušných dokladů a dále průběžná zpráva o plnění smlouvy během uvedeného čtvrtletí (dále jen „čtvrtletní zpráva“). V případě, že se v uvedeném čtvrtletí neuskutečnila žádná platba nebo činnost, předají se ve lhůtě uvedené v prvním pododstavci tyto dokumenty příslušnému vnitrostátnímu orgánu.

S výjimkou případů vyšší moci má opožděné podání žádosti o průběžnou platbu s přiloženou dokumentací podle druhého pododstavce za následek snížení platby o 3 % za každý celý měsíc zpoždění.

2. Vyplácení průběžných plateb je podmíněno ověřením dokumentů podle odst. 1 druhého pododstavce členským státem.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 171, 23.6.2006, s. 1.

▼B

3. Průběžné platby a vyplácení záloh podle článku 17 nepřekročí celkově 80 % z celkového ročního finančního příspěvku Společenství a dotčených členských států podle čl. 13 odst. 2 a 3 nařízení (ES) č. 3/2008. Jakmile dojde k dosažení této úrovně, nemůže být podána žádná další žádost o průběžnou platbu.

*Článek 19***Vyplacení zůstatku**

1. Žádost o vyplacení zůstatku podá navrhující organizace členskému státu ve lhůtě čtyř měsíců po dni ukončení ročních opatření stanovených ve smlouvě podle čl. 16 odst. 1.

Aby mohla být žádost přijata, musí k ní být přiložena zpráva (dále jen „výroční zpráva“) obsahující tyto doklady:

- a) souhrnnou zprávu o provedených opatřeních a vyhodnocení obdržených výsledků, které je možno posoudit ke dni zprávy;
- b) souhrnný finanční výkaz, ve kterém jsou jasně uvedeny všechny plánované a uskutečněné výdaje.

K výroční zprávě se přiloží kopie faktur a příslušných dokladů o provedených platbách.

S výjimkou případů vyšší moci má opožděné podání žádosti o vyplacení zůstatku za následek snížení platby o 3 % za každý měsíc zpoždění.

2. Vyplacení zůstatku je podmíněno kontrolou faktur a dokladů členským státem podle odst. 1 třetího pododstavce.

Není-li zcela splněn zásadní požadavek podle čl. 16 odst. 4, platba zůstatku se přiměřeně sníží.

*Článek 20***Vyplácení prostředků členským státem**

Členský stát provede platby stanovené ve člancích 18 a 19 do šedesáti kalendářních dnů od přijetí žádosti o platbu.

Tato lhůta se však během období šedesáti dnů od prvního zaevidování žádosti o platbu může kdykoli pozastavit oznámením smluvnímu věřiteli, že jeho žádost není přípustná, nebo že pohledávka není vymahatelná, nebo že pohledávka není odůvodněna doklady požadovanými pro každou dodatečnou žádost, nebo že členský stát požaduje za nezbytné obdržení dodatečných informací nebo provedení kontrol. Lhůta započne znovu běžet dnem přijetí požadovaných informací nebo dnem provedení ověření členským státem; tyto informace nebo ověření musí být předány ve lhůtě třiceti kalendářních dnů po jejich oznámení.

▼B

S výjimkou případů vyšší moci má každé zpoždění ve vyplácení za následek snížení měsíční zálohy vyplácené Komisí členskému státu podle pravidel článku 9 nařízení (ES) č. 883/2006.

*Článek 21***Záruky**

1. Jistota podle čl. 17 odst. 3 se uvolní, pokud dotčený členský stát konstatuje konečné právo na poskytnutí částky zálohy.

2. Jistota uvedená v čl. 16 odst. 3 musí být platná až do vyplacení zůstatku a bude uvolněna dopisem o zproštění vydaným příslušným vnitrostátním orgánem.

K uvolnění jistoty dojde ve lhůtách a za podmínek stanovených v článku 20 pro vyplacení zůstatku.

3. Propadlé jistoty a uložené pokuty se odečítají od výdajů hlášených Evropskému zemědělskému záručnímu fondu (EZZF) do výše poměrné části odpovídající finančnímu příspěvku Společenství.

*Článek 22***Dokumenty, které se mají předat Komisi**

1. Výroční zpráva se předloží po ukončení každé roční fáze i v případě, že nebyla podána žádná žádost o vyplacení zůstatku.

2. Členský stát předá Komisi souhrnné finanční výkazy podle čl. 19 odst. 1 druhého pododstavce písm. a) a b) do třiceti kalendářních dnů po vyplacení zůstatku podle čl. 19 odst. 2.

▼M2

3. Členský stát předá Komisi na její žádost do deseti pracovních dnů kopii čtvrtletních zpráv nezbytných pro průběžné platby podle článku 18.

▼B

4. Členský stát zašle Komisi ve lhůtě třiceti kalendářních dnů po vyplacení zůstatku finanční rozvahu výdajů provedených v rámci smlouvy ve formě stanovené Komisí a předané členskými státy. K této rozvaze se přiloží odůvodněné stanovisko členského státu týkající se provádění úkolů stanovených pro uplynulou fázi.

Rozvaha mimo jiné potvrdí, že v souladu s prověřením podle čl. 18 odst. 2 a čl. 19 odst. 2 se mohou veškeré výdaje považovat za způsobilé v souladu s podmínkami smlouvy.



KAPITOLA IV
SLEDOVÁNÍ A KONTROLY

Článek 23

Používání materiálu

1. Členské státy ověří, že informační a propagační materiály vytvořené nebo použité v rámci programů financovaných podle tohoto nařízení jsou v souladu s právními předpisy Společenství.

Schválený materiál předají Komisi.

2. Materiál vytvořený a financovaný v rámci programu podle odstavce 1, včetně grafické, vizuální a audiovizuální tvorby a internetových stránek, může být následně použit po předběžném písemném schválení Komise, příslušných navrhujících organizací a členských států, které se na program finančně podílejí, pod podmínkou, že se zohlední práva smluvních stran vyplývající z vnitrostátního práva, které je rozhodným právem smlouvy.

Článek 24

Kontrola programů

1. Monitorovací skupina podle čl. 12 odst. 1 nařízení (ES) č. 3/2008 se pravidelně schází, aby mohla sledovat, jak postupují jednotlivé programy, které jsou financovány podle tohoto nařízení.

Za tímto účelem je monitorovací skupina obeznamená u každého programu s časovým rozvrhem plánovaných opatření, čtvrtletními a výročními zprávami a s výsledky kontrol provedených na základě článků 18, 19 a 25 tohoto nařízení.

Skupině předsedá zástupce dotčeného členského státu. Pokud jde o programy, na kterých se podílí více členských států, je předsedou zástupce určený dotčenými členskými státy.

2. Úředníci a zaměstnanci Komise se mohou podílet na činnostech organizovaných v rámci programu financovaného podle tohoto nařízení.

Článek 25

Kontroly prováděné členskými státy

1. Dotčený členský stát stanoví nejvhodnější prostředky, aby zajistil kontrolu programů a opatření financovaných podle tohoto nařízení, a uvědomí o nich Komisi.

▼B

Kontroly se provádějí každoročně u nejméně 20 % programů ukončených v uplynulém roce, s minimálním počtem dvou programů, a týkají se nejméně 20 % celkových rozpočtů těchto programů ukončených v uplynulém roce. Výběr programů, které budou kontrolovány, se provádí na základě analýzy rizika.

Členský stát předá Komisi za každý přezkoumaný program zprávu, v níž uvede výsledky provedených kontrol a zjištěné nesrovnalosti. Tato zpráva se předá okamžitě po jejím vyhotovení.

2. Členský stát přijme nezbytná opatření, aby u smluvní organizace a provádějícího subjektu ověřil, zejména prostřednictvím technických a účetních kontrol:

- a) přesnost údajů a poskytnutých dokladů;
- b) splnění všech závazků vyplývajících ze smlouvy uvedených v čl. 16 odst. 1.

Aniž jsou dotčena ustanovení nařízení Komise (ES) č. 1848/2006 ⁽¹⁾, členský stát uvědomí v co nejkratší lhůtě Komisi o všech nedostatecích zjištěných během provedených kontrol.

3. U programů, na nichž se podílí více členských států, tyto státy přijmou všechna opatření nezbytná pro koordinaci svých kontrolních činností a uvědomí o tom Komisi.

4. Komise se může kdykoli účastnit kontrol podle odstavců 1, 2 a 3. Příslušné vnitrostátní orgány předají Komisi za tímto účelem předběžný časový rozvrh kontrol, které členský stát plánuje, nejpozději do třiceti dnů před zahájením těchto kontrol.

Komise může provádět veškeré dodatečné kontroly, které uzná za nezbytné.

Článek 26

Vymáhání neoprávněně vyplacených částek

1. V případě neoprávněné platby je příjemce povinen uhradit sporné částky zvýšené o úrok vypočtený v závislosti na lhůtě, která proběhla mezi platbou a úhradou ze strany příjemce.

Použije se úroková sazba stanovená podle čl. 86 odst. 2 písm. b) nařízení (ES, Euratom) č. 2342/2002.

2. Navracené částky s úroky jsou převedeny platebním agenturám nebo orgánům členských států, které je odečtou od výdajů hrazených z prostředků EZZF v poměru k finanční účasti Společenství.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 355, 15.12.2006, s. 56.

▼B*Článek 27***Sankce**

1. V případě podvodu nebo hrubé nedbalosti uhradí navrhující organizace dvojnásobek rozdílu mezi původně vyplacenou částkou a částkou skutečně dlužnou.
2. Nestanoví-li článek 6 nařízení Rady (ES, Euratom) č. 2988/95 ⁽¹⁾ jinak, použijí se snížení podle tohoto nařízení, aniž by tím byla dotčena možnost případného použití dalších sankcí podle jiných ustanovení právních předpisů Společenství nebo vnitrostátních právních předpisů.

KAPITOLA V

PŘECHODNÁ A ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ*Článek 28***Zrušení**

Nařízení (ES) č. 1071/96 a nařízení (ES) č. 1346/2005 se zrušují.

Zrušená nařízení se nicméně použijí na informační a propagační programy, o jejichž financování rozhodla Komise před vstupem v platnost tohoto nařízení.

Odkazy na zrušená nařízení se považují za odkazy na toto nařízení v souladu se srovnávací tabulkou obsaženou v příloze IV.

*Článek 29***Vstup v platnost**

Toto nařízení vstupuje v platnost sedmým dnem po vyhlášení v *Úředním věstníku Evropské unie*.

Toto nařízení je závazné v celém rozsahu a přímo použitelné ve všech členských státech.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 312, 23.12.1995, s. 1.

▼ B*PŘÍLOHA I***VNITŘNÍ TRH****A. SEZNAM TÉMAT A PRODUKTŮ**

- Čerstvé ovoce a zelenina,
- zpracované ovoce a zelenina,
- přadný len,
- živé rostliny a produkty okrasného zahradnictví,
- olivový olej a stolní olivy,
- oleje ze semen,
- mléko a mléčné výrobky,
- čerstvé maso, v chlazeném nebo ve zmrazeném stavu, vyprodukované v souladu s režimem kvality Společenství nebo vnitrostátním režimem,
- označování vajec určených pro lidskou spotřebu,
- med a produkty včelařství,

▼ M1

- vína s chráněným označením původu nebo s chráněným zeměpisným označením, vína s označením moštové odrůdy,

▼ B

- grafický symbol nejvzdálenějších regionů jak stanoveno v právních předpisech pro zemědělství,

▼ M3

- produkty, na něž se vztahují režimy pro chráněné označení původu (CHOP), chráněné zeměpisné označení (CHZO), zaručené tradiční speciality (ZTS) nebo režimy nepovinných údajů o jakosti v souladu s nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1151/2012 ⁽¹⁾,

▼ B

- ekologické zemědělství podle nařízení Rady (EHS) č. 2092/91 ⁽²⁾ a produkty zapsané podle uvedeného nařízení,

▼ M3

- _____
- skopové maso.

▼ B**B. HLAVNÍ SMĚRY**

Cílem hlavních směrů je stanovit orientaci, pokud jde o sdělení, cílové skupiny a nástroje, které mají mít ústřední postavení v informačních a propagačních programech pro různé kategorie produktů.

Aniž by tím byly dotčeny priority uvedené v čl. 8 odst. 1 nařízení (ES) č. 3/2008, je obecně třeba, aby byly návrhy programů vypracovány s přihlédnutím k následujícím zásadám:

- u programů navržených několika členskými státy je důležité, aby obsahovaly koordinované strategie, opatření a sdělení,
- je třeba, aby programy byly spíše víceleté a aby jejich dopad mohl podstatným způsobem ovlivnit cílené trhy. V případě potřeby mohou být prováděny na trzích více než jednoho členského státu,

⁽¹⁾ Úř. věst. L 343, 14.12.2012, s. 1.

⁽²⁾ Úř. věst. L 198, 22.7.1991, s. 1.

▼ B

- je třeba, aby poselství programů poskytovala objektivní informace o hlavních vlastnostech a/nebo o výživové hodnotě produktů v rámci vyváženého režimu, o jejich způsobu produkce nebo o jejich ekologické hodnotě,
- je důležité, aby programy obsahovaly klíčová poselství s významem pro spotřebitele, odborníky a obchodní odvětví několika členských států.

ČERSTVÉ OVOCE A ZELENINA

1. Nástin situace

Zatímco produkce Společenství v odvětví ovoce a zeleniny se zvyšuje, spotřeba těchto produktů zůstává obecně na stejné úrovni.

Projevuje se ztráta zájmu spotřebitelů, která je zvláště výrazná u mládeže, zejména u dětí a dospívajících ve školách. Tento postoj škodí vyváženému stravování.

2. Cíle

Je třeba zlepšit představu „čerstvosti“ a „přirozenosti“ produktu, podporovat jejich pravidelnou spotřebu a snížit věkový průměr spotřebitelů. Tohoto posledního cíle lze dosáhnout podporou spotřeby u mládeže, zejména u dětí a dospívajících ve školách.

3. Cílové skupiny

- Domácnosti,
- děti ve školních zařízeních,
- kolektivní stravování,
- lékaři a odborníci zabývající se výživou.

4. Hlavní poselství

- Podporovat přístup typu „pět za den“ (doporučení, které vyzývá ke spotřebě nejméně pěti porcí ovoce a zeleniny denně). Tento přístup by měl mít prioritu v případě opatření na propagaci ovoce a zeleniny, která jsou zaměřena konkrétně na děti a dospívající ve školách,
- čerstvé přírodní produkty,
- jakost (bezpečnost, výživová a organoleptická hodnota, způsoby produkce, ochrana životního prostředí, vazba na původ),
- požitky z konzumace,
- vyvážený režim,
- pestrost a sezónní povaha zásobování čerstvými produkty, informace o jejich chuti a použití,
- sledovatelnost,
- snadnost a jednoduchost přípravy: mnohé ovoce a zelenina se nemusí vařit.

▼B**5. Hlavní nástroje**

- Elektronické nástroje (internetová stránka s nabídkou elektronických her pro mládež),
- telefonické informační linky,
- komunikace se sdělovacími prostředky, propagace (specializovaný tisk, ženský tisk, časopisy a časopisy pro mládež, atd.),
- kontakty s lékaři a odborníky na výživu,
- pedagogická činnost s dětmi a mládeží ve školních zařízeních se zapojením učitelů a odpovědných pracovníků školních jídelen,
- informační činnost pro spotřebitele v místech prodeje,
- jiné nástroje (prospekty a brožury s informacemi o produktech a recepty, hry pro děti, atd.),
- vizuální média (kino, specializované televizní stanice),
- rozhlasové spoty,
- účast na veletrzích.

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců, s předností pro víceleté programy, které stanoví cíle pro každou etapu.

ZPRACOVANÉ OVOCE A ZELENINA

1. Nástín situace

Odvětví musí čelit stále živější konkurenci ze strany více třetích zemí.

Vzhledem k postupnému nárůstu poptávky, zejména díky snadné spotřebě těchto produktů, je důležité, aby toho mohl průmysl Společenství využít. Proto je pomoc informačním a propagačním opatřením oprávněná.

2. Cíle

Modernizovat a omladit image produktu a poskytnout informace nezbytné na podporu jeho spotřeby.

3. Cílové skupiny

- Domácnosti,
- hromadné stravování a školní jídelny,
- lékaři a odborníci zabývající se výživou.

4. Hlavní poselství

- Jakost (bezpečnost, výživová a organoleptická hodnota, způsoby přípravy),
- snadnost použití,
- požitky z konzumace,
- rozmanitá nabídka produktů a dostupnost po celý rok,
- vyvážený režim,
- sledovatelnost.

▼ B**5. Hlavní nástroje**

- Elektronické nástroje (internetové stránky),
- telefonické informační linky,
- komunikace se sdělovacími prostředky a propagace (specializovaný tisk, ženský tisk, kulinářské časopisy, atd.),
- předvádění v místech prodeje,
- kontakty s lékaři a odborníky na výživu,
- jiné nástroje (prospekty a brožurky s informacemi o produktech a recepty),
- vizuální média,
- účast na veletrzích.

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců, s předností pro víceleté programy, které stanoví cíle pro každou etapu.

PŘADNÝ LEN

1. Nástin situace

V důsledku liberalizace mezinárodního obchodu v textilním a oděvním odvětví musel len ze Společenství čelit silné konkurenci lnu jiného původu, jehož ceny jsou velmi přitažlivé. Konkuruje mu rovněž i jiná textilní vlákna. Spotřeba v textilním odvětví má navíc sklon stagnovat.

2. Cíle

- Rozvíjet pověst lnu Společenství a vyzdvihnout jeho zvláštní vlastnosti,
- zvýšit spotřebu tohoto produktu,
- informovat spotřebitele o vlastnostech nových výrobků uvedených na trh.

3. Cílové skupiny

- Hlavní odborníci v tomto odvětví (návrháři, tvůrci, desinatěři, výrobci, vydavatelé),
- distributoři,
- vzdělávací zařízení pro povolání v odvětví textilu, módy a interiérového návrhářství (učitelé a studenti),
- osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění,
- spotřebitelé.

4. Hlavní poselství

- Jakost závisí na podmínkách, za nichž byla vyprodukována surovina, na použití vhodných odrůd a na odborných znalostech jednotlivých činitelů v tomto odvětví,
- široká škála a bohatost nabídky Společenství, ať už v oblasti výrobků (oděvy, dekorace, bytový textil) nebo v oblasti tvorby a inovace.

5. Hlavní nástroje

- Elektronické nástroje (internetové stránky),
- odborné veletrhy a výstavy,

▼ B

- informační opatření zaměřená na hlavní související úseky (návrháře, výrobce, distributory a vydavatele),
- informace v místech prodeje,
- kontakty s odborným tiskem,
- vzdělávací informační akce ve školách textilního inženýrství, módního návrhářství, atd.

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců, s předností pro víceleté programy, které stanoví cíle pro každou etapu.

ŽIVÉ ROSTLINY A PRODUKTY OKRASNÉHO ZAHRADNICTVÍ**1. Celkový rozbor situace**

Odvětví musí čelit rostoucí konkurenci v dodávkách mezi produkty ze Společenství a produkty ze třetích zemí.

Studie vyhodnocující výsledky propagačních kampaní v letech 1997 až 2000 ukazují, že je třeba zlepšit a racionalizovat organizaci řetězce od producenta až po distributora a lépe informovat spotřebitele o zvláštních kvalitách a odrůdách produktů Společenství, aby se uvnitř Společenství usnadnil prodej těchto produktů.

2. Cíle

- Zvýšit spotřebu květin a rostlin původem ze Společenství,
- podporovat ekologické postupy a lépe obeznamovat se způsoby produkce, které nepoškozují životní prostředí,
- posílit partnerství mezi odborníky z několika členských států, což umožní zejména předávání nejnovějších znalostí v odvětví a lepší informovanost všech účastníků výrobního procesu.

3. Cílové skupiny

- Producenti, školky, distributoři a ostatní subjekty v tomto odvětví,
- studenti a děti školního věku,
- osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění: novináři, učitelé,
- spotřebitelé.

4. Hlavní poselství

- Informace týkající se jakosti a rozmanitosti produktů Společenství,
- metody produkce, které chrání životní prostředí,
- postupy, které mají za cíl vytvoření trvalejších produktů,
- optimální rozmanitost rostlin a květin,
- úloha rostlin a květin pro dobré životní podmínky a kvalitu života.

▼B**5. Hlavní nástroje**

- Kontakty se sdělovacími prostředky,
- výstavy a veletrhy: stánky s produkty z několika členských států,
- vzdělávací činnost pro odborníky, spotřebitele a studenty,
- výměna znalostí týkajících se zlepšení trvanlivosti produktů,
- informování spotřebitele prostřednictvím tisku a činností, jako jsou vydání katalogu, zahradnických kalendářů a případně kampaně „rostlina měsíce“,
- zvýšené používání elektronických prostředků (internet, CD-ROM, atd.).

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců, s předností pro programy, které stanoví pro každou fázi strategii a odůvodněné cíle.

OLIVOVÝ OLEJ A STOLNÍ OLIVY**1. Celkový rozbor situace**

Nabídka olivového oleje a stolních oliv se zvyšuje, ale místa prodeje na vnitřních a mezinárodních trzích hrají důležitou úlohu pro zajištění rovnováhy na trhu Společenství. Situace v oblasti poptávky je velice rozdílná mezi tradičními spotřebitelskými trhy a trhy, na nichž jsou olivový olej a stolní olivy relativně novým jevem.

V „tradičně spotřebitelských“ členských státech (Španělsku, Itálii, Řecku a Portugalsku) jsou uvedené produkty obecně dobře známé a jejich spotřeba je vysoká. Jde o zralé trhy, na nichž se dá jen těžko předpokládat celkové zvýšení poptávky, ale které jsou velmi významné pro odvětví díky svému současnému podílu na spotřebě olivového oleje.

V „nově spotřebitelských“ členských státech se spotřeba na obyvatele zvýšila, ale stále zůstává poměrně nízká (Společenství k 30. dubnu 2004) či dokonce zanedbatelná (ve většině členských států, které přistoupily dne 1. května 2004). Mnozí spotřebitelé neznají blahodárné účinky nebo různé možnosti použití olivového oleje a stolních oliv. Jedná se tedy o trh s velkým potenciálem pro růst poptávky.

2. Cíle

- Především zvýšit spotřebu těchto produktů v „nových spotřebitelských“ členských státech tím, že dojde k většímu pronikání na trhy a rozmanitějšímu užívání těchto produktů, a dále poskytováním nezbytných informací,
- upevnit a podle možností zvýšit spotřebu v „tradičně spotřebitelských“ členských státech zlepšením informovanosti spotřebitelů o dosud málo známých aspektech a vytvářením návyku u mladých lidí tyto produkty si kupovat.

3. Cílové skupiny

- Osoby odpovědné za nákup: v „tradičně spotřebitelských“ členských státech zejména osoby ve věku od 20 do 40 let,

▼B

- osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění (gastronomové, šéfkuchaři, restauratéři, novináři), všeobecný a odborný tisk (o gastronomii, pro ženy, různého druhu),
- lékařský a zdravotnický tisk,
- distributoři (v „nových spotřebitelských“ členských státech).

4. Hlavní poselství

- Gastronomické a organoleptické vlastnosti panenského olivového oleje (vůně, barva, chuť) se liší podle odrůd, oblastí, sklizní, označení CHOP/CHZO, atd. Tato rozmanitost nabízí širokou škálu gastronomických vjemů a možností využití,
- existují různé kategorie olivového oleje,
- výživové vlastnosti olivového oleje z něj činí významnou složku zdravé a vyvážené stravy: olivový olej dokáže skloubit kulinářské potěšení a nároky na zdravou a vyváženou stravu,
- informace o právní úpravě v oblasti kontroly, osvědčení jakosti a označování olivového oleje,
- informace o všech olivových olejích a/nebo stolních olivách registrovaných ve Společenství jako CHOP/CHZO,
- stolní olivy jsou přírodním a zdravým produktem, který lze konzumovat samostatně nebo jako součást složitějších pokrmů,
- vlastnosti jednotlivých odrůd stolních oliv.

Zejména v „nových spotřebitelských“ členských státech:

- olivový olej, zejména extra panenský olivový olej, je přírodní produkt s dlouholetou tradicí a možnostmi využití, který je ideální pro moderní a chutnou kuchyni; lehce se uplatní nejen v kuchyni ze středomořské oblasti, ale i v jakékoli moderní kuchyni,
- rady uživatelům.

Zejména v „tradičně spotřebitelských“ členských státech:

- výhody spojené s koupí olivového oleje v láhvi (se štítkem obsahujícím všechny užitečné informace pro spotřebitele),
- modernizace představy o produktu s dlouhou tradicí a významným kulturním rozměrem.

Aniž je dotčen čl. 4 odst. 3, musí být informace o výživových vlastnostech olivového oleje a stolních oliv založeny zejména na obecně uznané vědecké dokumentaci a splňovat požadavky stanovené ve směrnici Evropského parlamentu a Rady 2000/13/ES⁽¹⁾.

5. Hlavní nástroje

- Internet a další elektronické prostředky (CD-ROM, DVD, atd.),
- propagace v místech prodeje (ochutnávky, recepty, šíření informací),

⁽¹⁾ Úř. věst. L 109, 6.5.2000, s. 29.

▼B

- kontakty s tiskem a styk s veřejností (setkání, účast na veletrzích, atd.),
- reklama (nebo reklamní úvodníky) v tisku (všeobecném, gastronomickém, pro ženy a tisku o životním stylu),
- společné akce s lékaři a zdravotníky (veřejné kontakty v lékařských kruzích),
- audiovizuální komunikační prostředky (televize a rozhlas),
- účast na veletrzích.

6. Délka a rozsah programů

Dvanáct až třicet šest měsíců, s předností pro víceleté programy, které stanoví pro každou fázi strategii a odůvodněné cíle.

Upřednostní se programy, které se budou provádět alespoň ve dvou „nově spotřebitelských“ členských státech.

OLEJE ZE SEMEN

V tomto odvětví se upřednostní programy zaměřené na řepkový olej nebo na programy, které uvádějí vlastnosti různých olejů ze semen.

A. OLEJ Z ŘEPKY**1. Celkový rozbor situace**

Po reformě společné zemědělské politiky se neposkytuje žádná zvláštní podpora na výrobu řepkového oleje, která se dnes musí zaměřit na požadavky trhu. Propagace řepkového oleje, který nabízí zvýšené možnosti výroby a je alternativou produkci obilovin se strukturální nadprodukcí, přispěje k vyváženosti trhu s plodinami na orné půdě a ke spotřebě rozmanitých rostlinných olejů ve Společenství. Společenství je v současné době čistým vývozcem řepkového oleje.

Během posledních desetiletí se vyvinuly odrůdy řepky s významnými výživovými vlastnostmi. Zlepšila se tím jakost. Byly vyvinuty nové výrobky, jako například řepkový olej lisovaný za studena se zvláštní chutí lískových oříšků.

Výživová hodnota řepkového oleje je předmětem celosvětových výzkumů, jejichž výsledky potvrzují prospěšné dietetické a fyziologické vlastnosti výrobku. S výsledky nejnovějších výzkumů je třeba seznámit lékaře, odborníky na správnou výživu a spotřebitele.

2. Cíle

- Seznámit s vlastnostmi oleje z řepky a jeho nedávným vývojem,
- seznámit spotřebitele i lékařské a zdravotnické pracovníky s používáním a výživovou hodnotou oleje z řepky a zvýšit tím spotřebu.

3. Cílové skupiny

- Domácnosti, zejména osoby, které se starají o nákupy,
- osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění (novináři, šéfkuchaři, lékaři a odborníci na správnou výživu),
- distributoři,

▼ B

- lékařský a zdravotnický tisk,
- zemědělsko-potravinářský průmysl.

4. Hlavní poselství

- Výživové vlastnosti oleje z řepky z něj činí významnou složku zdravé a vyvážené stravy,
- olej z řepky obsahuje zajímavé složení mastných kyselin,
- rady uživatelům;
- informace o vývoji výrobku a jeho odrůdách.

Aniž je dotčen čl. 4 odst. 3, musí být informace o výživových vlastnostech řepkového oleje založeny zejména na obecně uznané vědecké dokumentaci a splňovat požadavky stanovené ve směrnici 2000/13/ES.

5. Hlavní nástroje

- Propagace v místech prodeje (ochutnávky, recepty, šíření informací),
- reklama (nebo reklamní úvodníky) v tisku (všeobecném, gastronomickém, pro ženy a tisku o životním stylu),
- styk s veřejností (setkání, účast na potravinářských výstavách),
- společné akce s lékaři a zdravotníky,
- společné akce s restauracemi, stravovacími zařízeními a šéfkuchaři,
- internet.

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců.

B. SLUNEČNICOVÝ OLEJ

Programy ve prospěch slunečnicového oleje budou upřednostněny pouze v případech, kdy to odůvodní situace na trhu.

1. Celkový rozbor situace

Ve Společenství jsou více než dva miliony hektarů osety slunečnicí a produkce slunečnicových semen převyšuje 3,5 milionů tun za rok. Slunečnicový olej spotřebovaný ve Společenství pochází převážně z osiva vyprodukovaného na jeho území. Snížení lisovací kapacity však způsobí omezení produkce slunečnicového oleje ve Společenství během hospodářského roku 2004/2005. Vzhledem ke zvyšujícím se cenám na světových trzích a k případným nedostatkům v zásobování se neupřednostňují programy, které se zaměřují výhradně na slunečnicový olej. Tyto programy však mohou být předkládány v rámci programů týkajících se většího množství olejů ze semen původem ze Společenství.

Slunečnicový olej se obzvláště hodí pro některá použití, zejména pro smažení potravin. Je rovněž bohatý na nenasycené mastné kyseliny a na vitamín E. Cílem kampaní je informovat spotřebitele, obchodníky a distributory o různých způsobech použití, o druzích a vlastnostech slunečnicového oleje a o právních předpisech Společenství týkajících se jeho jakosti. Je důležité, aby kampaně byly navrženy s cílem předat objektivní informace.

▼ B**2. Cíle**

Informovat spotřebitele a pracovníky v odvětví o:

- různých možnostech použití slunečnicového oleje, jeho vlastnostech a jeho výživové hodnotě,
- právních předpisech a normách v oblasti jakosti, pravidlech týkajících se označování.

3. Cílové skupiny

- Domácnosti, zejména osoby, které se starají o nákupy,
- osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění (novináři, šéfkuchaři, lékaři a odborníci na správnou výživu),
- distributoři,
- zemědělsko-potravinářský průmysl.

4. Hlavní poselství

Hlavní sdělení programů musí poskytovat informace o:

- výhodách vhodného používání slunečnicového oleje, vysokém obsahu vitamínu E v oleji získaném ze slunečnicových semen ve srovnání s jinými rostlinnými oleji, skutečnost, že slunečnicový olej je vyhlášený pro svou lehkou chuť a že je výborným olejem na smažení,
- právních předpisech a normách stanovících jakost slunečnicového oleje,
- složení mastných kyselin a výživové hodnotě slunečnicového oleje,
- výsledcích vědeckého výzkumu a technického vývoje v oblasti slunečnicového oleje a jiných rostlinných olejů.

Aniž je dotčen čl. 4 odst. 3, musí být informace o výživových vlastnostech slunečnicového oleje založeny zejména na obecně uznané vědecké dokumentaci a splňovat požadavky stanovené ve směrnici 2000/13/ES.

5. Hlavní nástroje

- Šíření informačního materiálu v místech prodeje (místa prodeje a obchodu),
- reklama (nebo reklamní úvodníky) ve všeobecném tisku, gastronomickém tisku, tisku pro ženy a tisku o životním stylu,
- styk s veřejností (setkání, účast na potravinářských výstavách),
- internet.

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců.

MLÉKO A MLÉČNÉ VÝROBKY**1. Celkový rozbor situace**

Došlo k poklesu spotřeby tekutého mléka, který byl výrazný zejména v hlavních spotřebitelských zemích a byl způsoben především konkurencí „nealkoholických nápojů“ konzumovaných mladými lidmi. Spotřeba různých náhradních tekutin postupně nahrazuje spotřebu tekutého mléka. Na druhé straně dochází k celkovému zvýšení spotřeby mléčných výrobků vyjádřených v mléčném ekvivalentu.

▼ B**2. Cíle**

- Zvýšit spotřebu tekutého mléka na trzích, které ukazují možnost zvýšení a udržet stávající úroveň spotřeby na nasycených trzích,
- celkově zvýšit spotřebu mléčných výrobků,
- nabádat mládež, budoucí dospělé spotřebitele, k větší spotřebě mléka a mléčných výrobků.

3. Cílové skupiny

Spotřebitelé obecně a zejména:

- děti a mládež, zejména dívky od 8 do 13 let,
- ženy různých věkových kategorií,
- starší osoby.

4. Hlavní poselství

- Mléko a mléčné výrobky jsou zdravé a přírodní produkty, vhodné pro každodenní moderní život, které se konzumují s potěšením,
- mléko a mléčné výrobky mají obzvláštní výživovou hodnotu, která je zejména prospěšná pro určité věkové kategorie,
- obsah sdělení musí být kladný a musí brát v úvahu zvláštní charakter spotřeby na jednotlivých trzích,
- existuje pestrý výběr mléčných výrobků vhodných pro různé spotřebitele a různé spotřebitelské situace,
- existuje mléko a mléčné výrobky s nízkým obsahem tuků, vhodnější pro určité spotřebitele,
- v průběhu celého programu musí být zajištěna návaznost hlavních sdělení, aby se spotřebitelé přesvědčili o výhodách, které pro ně mohou vyplýnout z pravidelné spotřeby těchto produktů.

Aniž je dotčen čl. 4 odst. 3, musí být informace o výživových vlastnostech mléka a mléčných výrobků založeny zejména na obecně uznané vědecké dokumentaci a splňovat požadavky stanovené ve směrnici 2000/13/ES.

5. Hlavní nástroje

- Elektronické nástroje,
- telefonické informační linky,
- komunikace se sdělovacími prostředky a propagace (specializovaný tisk, ženský tisk, časopisy pro mládež, atd.),
- kontakty s lékaři a odborníky na výživu,
- kontakty s učiteli a školami,
- jiné nástroje (prospekty a brožurky, hry pro děti, atd.),
- předvádění v místech prodeje,
- vizuální média (kino, specializované televizní stanice),

▼B

- rozhlasové spoty,
- účast na výstavách a veletrzích.

6. Délka a rozsah programů

Dvanáct až třicet šest měsíců, s předností pro víceleté programy, které stanoví cíle pro každou etapu.

**ČERSTVÉ, CHLAZENÉ NEBO MRAZENÉ MASO VYPRODUKOVANÉ
V SOULADU S REŽIMEM JAKOSTI SPOLEČENSTVÍ NEBO VNITROSTÁTNÍM REŽIMEM JAKOSTI**

1. Celkový rozbor situace

Zdravotní problémy, které postihly značný počet živočišných produktů, vyzdvihly nutnost posílit důvěru spotřebitelů ve výrobky, jejichž základem je maso původem ze Společenství.

Za tímto účelem je třeba poskytnout objektivní informace o systémech jakosti Společenství a vnitrostátních systémech a dále o kontrolách, které se požadují navíc ve srovnání s obecnými právními předpisy o kontrolách a bezpečnosti potravin. Tato pravidla a kontroly poskytují další záruku tím, že stanoví specifikace pro produkty a dodatečné kontrolní struktury.

2. Cíle

- Informační kampaně se omezují na produkty vytvořené v rámci evropských systémů jakosti (►**M3** CHOP/CHZO/ZTS, nepovinné údaje o jakosti a ekologické zemědělství ◀) a systémů jakosti schválených členskými státy, které splňují požadavky článku 32 nařízení (ES) č. 1698/2005. Aniž je dotčen čl. 15 odst. 2 tohoto nařízení, informační kampaně financované podle tohoto nařízení nemají nárok na financování podle nařízení (ES) č. 1698/2005,
- jejich cílem je zajistit objektivní a úplné informace o právních předpisech v oblasti systémů jakosti Společenství a na vnitrostátní úrovni pro zajištění bezpečnosti masných výrobků. Jejich úkolem je informovat spotřebitele, osoby s významným vlivem na veřejné mínění a distributory o specifikacích produktů a o skutečných kontrolách, které tyto systémy jakosti zahrnují.

3. Cílové skupiny

- Spotřebitelé a sdružení spotřebitelů,
- osoba odpovědná za nákup v domácnostech,
- instituce (restaurace, nemocnice, školy, atd.),
- spotřebitelé a sdružení spotřebitelů,
- novináři a osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění.

4. Hlavní poselství

- Režimy jakosti poskytují záruku zvláštního způsobu produkce a kontrol, které jsou přísnější než požadavky stanovené v právních předpisech,
- jakostní masné výrobky mají zvláštní vlastnosti nebo vyšší jakost, než požadují běžné obchodní normy,
- režimy jakosti Společenství a vnitrostátní režimy jsou transparentní a zaručují dokonalou výsledovatelnost produktů,

▼B

— označování masa umožňuje spotřebiteli rozeznat jakostní výrobky, jejich původ a vlastnosti.

5. Hlavní nástroje

- Internet,
- kontakty s médii a propagace (vědecký a odborný tisk, tisk pro ženy, časopisy a kulinářské časopisy),
- kontakty se sdruženími spotřebitelů,
- audiovizuální prostředky,
- tištěná dokumentace (prospekty, brožurky, atd.),
- informace v místech prodeje.

6. Délka a rozsah programů

Programy musí být celostátního rozsahu, nebo se týkat několika členských států.

Dvanáct až třicet šest měsíců, s předností pro víceleté programy, které stanoví cíle pro každou etapu.

OZNAČOVÁNÍ VAJEC URČENÝCH PRO LIDSKOU SPOTŘEBU**1. Celkový rozbor situace**

V souladu s čl. 4 odst. 1 nařízení Rady (ES) č. 1028/2006⁽¹⁾, se na skořápku všech vajec určených k lidské spotřebě tiskne kód, umožňující identifikaci producenta a způsob chovu nosných slepic. Tento kód obsahuje číslo pro určení způsobu chovu (0 = ekologický chov, 1 = volný výběh, 2 = v halách, 3 = klecový chov), kód ISO členského státu, ve kterém se nachází producent a číslo, které přidělil producentovi příslušný orgán.

2. Cíle

- Informovat spotřebitele o nových normách pro označování vajec a poskytnout úplnou informaci o významu kódu vytištěného na vejcích,
- poskytnout informace o způsobech produkce vajec díky kódu, který je na nich vytištěn,
- poskytnout informace o stávajících systémech sledovatelnosti.

3. Cílové skupiny

- Spotřebitelé a distributoři,
- osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění.

4. Hlavní poselství

- Seznámit s existencí nového kódu vytištěného na vejcích podle směrnice Komise 2002/4/ES⁽²⁾, vysvětlit jeho význam a vlastnosti různých kategorií vajec, na které se kód vztahuje,

⁽¹⁾ Úř. věst. L 186, 7.7.2006, s. 1.

⁽²⁾ Úř. věst. L 30, 31.1.2002, s. 44.

▼B

- sdělení nesmějí zvýhodňovat určitý způsob produkce před ostatními ani obsahovat žádné prohlášení o výživové hodnotě nebo vlivu spotřeby vajec na lidské zdraví. Jakákoli diskriminace vajec původem z jiných členských států je zakázána.

5. Hlavní nástroje

- Elektronické nástroje (internetová stránka, atd.),
- materiál tištěný na papíře (brožurky, prospekty, atd.),
- informace v místech prodeje,
- propagace v tisku a v časopisech o výživě, tisku pro ženy, atd.,
- styk s médii.

6. Délka programu

Dvanáct až dvacet čtyři měsíců.

MED A VČELAŘSKÉ PRODUKTY**1. Celkový rozbor situace**

Odvětví Společenství v oblasti medu a jakostních včelařských produktů, které má nárok jen na velmi malé podpory ze strany Společenství, musí čelit zvýšené konkurenci na světových trzích. V důsledku vysokých výrobních nákladů se situace ještě zhoršila.

Od roku 2001 je odvětví upraveno směrnicí Rady 2001/110/ES ⁽¹⁾, podle které musí označení vytvářet spojitost mezi jakostí a původem. Programy, kterým je poskytována podpora, se musí převážně týkat medů a produktů včelařství Společenství s doplňkovými údaji o regionálním, územním a topografickém původu nebo o označení o jakosti schválenými buď Společenstvím (CHOP, CHZO, ZTS nebo z „ekologického zemědělství“) nebo členským státem.

2. Cíle

- Informovat spotřebitele o rozmanitosti, organoleptických vlastnostech a podmínkách produkce včelařských produktů ze Společenství,
- informovat spotřebitele o jakosti nefiltrovaných a nepasterizovaných medů Společenství,
- pomoci spotřebitelům při pochopení označení medu Společenství a nabádat producenty k vytváření srozumitelnějších označení,
- zaměřit spotřebu medu na jakostní produkty zdůrazněním jejich vysledovatelnosti.

3. Cílové skupiny

- Spotřebitelé, zejména osoby od 20 do 40 let,
- starší osoby a děti,
- osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění.

4. Hlavní poselství

- Informace o právních předpisech Společenství v oblasti bezpečnosti, hygienické produkce, vydávání osvědčení o jakosti a označování,

⁽¹⁾ Úř. věst. L 10, 12.1.2002, s. 47.

▼ B

- med je přírodní produkt založený na tradici a získaných znalostech, který umožňuje četné způsoby použití v moderní kuchyni,
- široká paleta medů různého zeměpisného a botanického původu z různých ročních období,
- rady o použití a výživové hodnotě,
- na ochranu biologické rozmanitosti je nutné zajistit opylení.

5. Hlavní nástroje

- Propagace ve všeobecném a specializovaném tisku (časopisy gastronomické a o životním stylu),
- internet, kino a jiné audiovizuální komunikační prostředky (televize, rozhlas),
- místa prodeje,
- účast na výstavách a veletrzích,
- akce pro širokou veřejnost, organizace setkání v restauracích a stravovacích zařízeních,
- informace ve školách (školení pro učitele, studenty v hotelových školách a školách zaměřených na stravování).

6. Délka a rozsah programů

Dvanáct až třicet šest měsíců, s předností pro programy, které stanoví pro každou fázi strategii a odůvodněné cíle.

▼ M1

VÍNA S CHRÁNĚNÝM OZNAČENÍM PŮVODU NEBO S CHRÁNĚNÝM ZEMĚPISNÝM OZNAČENÍM, VÍNA S OZNAČENÍM MOŠTOVÉ ODRŮDY

1. Celkový rozbor situace

Odvětví se vyznačuje vysokou produkcí, která se potýká se stagnující, pro některé kategorie dokonce s klesající spotřebou a s rostoucí nabídkou vín ze třetích zemí.

2. Cíle

- Informovat spotřebitele o rozmanitosti, jakosti a podmínkách produkce vín ze Společenství a o výsledcích vědeckých studií,
- informovat spotřebitele o odpovědné konzumaci alkoholických nápojů a rizicích konzumace alkoholu v nebezpečné míře.

3. Cílové skupiny

- Distributoři,
- spotřebitelé, s výjimkou dětí a dospívající mládeže podle doporučení Rady 2001/458/ES⁽¹⁾,
- osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění: novináři, odborníci na gastronomii,
- vzdělávací zařízení pro povolání v hotelové oblasti a v oblasti restaurátérství.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 161, 16.6.2001, s. 38.

▼ M1**4. Hlavní sdělení**

- Právní předpisy Společenství obsahující přísná pravidla v oblasti produkce, stanovení jakosti, označování a uvádění na trh, která zaručují spotřebitelům jakost a výsledovatelnost nabízeného produktu,
- potěšení z možnosti výběru v široké škále vín Společenství různého původu,
- informace o vinařství Společenství a o jeho závislosti na podmínkách, místních a regionálních kulturách a chutích,
- informace o odpovědné konzumaci alkoholu a o škodlivých účincích alkoholu.

5. Hlavní nástroje

- Informační činnost a styk s veřejností,
- školení pro distributory a poskytovatele stravovacích služeb,
- kontakty s odborným tiskem,
- další nástroje (internetové stránky, prospekty a brožury) pro ovlivnění výběru spotřebitelů,
- výstavy a veletrhy: stánky s produkty z několika členských států.

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců, s předností pro víceleté programy, které stanoví cíle pro každou etapu.

▼ M3

PRODUKTY, NA NĚŽ SE VZTAHUJÍ REŽIMY PRO CHRÁNĚNÉ OZNAČENÍ PŮVODU (CHOP), CHRÁNĚNÉ ZEMĚPISNÉ OZNAČENÍ (CHZO), ZARUČENÉ TRADIČNÍ SPECIALITY (ZTS) NEBO REŽIMY NEPOVINNÝCH ÚDAJŮ O JAKOSTI V SOULADU S NAŘÍZENÍM (EU) č. 1151/2012

1. Celkový rozbor situace

V rámci provádění části společné zemědělské politiky nazvané „jakost“ se systém Unie na ochranu názvů produktů podle nařízení (EU) č. 1151/2012 stal prioritou. Proto je třeba i nadále vynakládat úsilí na kampaně, jejichž cílem je přiblížit označení, produkty, na něž se vztahují chráněná označení, a nepovinné údaje o jakosti všem případným aktérům, kteří se podílejí se na produkci, přípravě, uvádění na trh a spotřebě těchto produktů.

2. Cíle

Informační a propagační kampaně by se neměly omezovat na jedno označení nebo na úzký okruh označení produktů, ale zaměřit se spíše na skupiny označení nebo určité kategorie produktů, případně na produkty vytvořené v jednom či více regionech nebo v jednom či více členských státech.

Cílem těchto kampaní by mělo být:

- poskytovat úplné informace o obsahu, fungování a unijní povaze režimů, a zejména o jejich dopadu na obchodní hodnotu produktů s chráněným označením nebo nepovinnými údaji o jakosti, které jsou uvedenými režimy chráněné hned po svém zápisu,

▼ M3

- rozvíjet povědomí o symbolech Unie pro produkty, na které se vztahují režimy pro CHOP/CHZO/ZTS nebo režimy nepovinných údajů o jakosti, u spotřebitelů, distributorů a odborníků v potravinářské oblasti,
- motivovat sdružení producentů a zpracovatelů, která se na těchto režimech ještě nepodílí, k zápisu názvu produktů, které splňují základní požadavky, a k používání nepovinných údajů o jakosti,
- motivovat sdružení producentů a zpracovatelů, která se na režimech ještě nepodílí, aby se podílela na výrobě produktů nesoucích zapsaná označení tím, že splní schválené specifikace a požadavky na kontrolu stanovené pro jednotlivá chráněná označení,
- podněcovat poptávku po dotyčných produktech informováním spotřebitelů a distributorů o existenci, významu a výhodách režimů a dále o logu, podmínkách pro zápis označení, o příslušných kontrolách a systému výsledovatelnosti.

3. Cílové skupiny

- producenti a zpracovatelé,
- distributoři (velkododavatelé, velkoobchodníci, maloobchodní prodej, dodavatelé jídel na objednávku, jídelny, restaurace),
- spotřebitelé a sdružení spotřebitelů,
- osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění.

4. Hlavní poselství

- určité vlastnosti produktů s chráněným označením závisí na jejich zeměpisném původu; u produktů s označením CHOP jsou jakost a vlastnosti produktů převážně nebo úplně vázané na zvláštní zeměpisné prostředí, včetně s ním souvisejících přírodních a lidských faktorů. Pokud jde o CHZO, týkají se tato označení produktů, jejichž jakost nebo zvláštní pověst lze přičíst zeměpisnému původu; je proto třeba stanovit zeměpisnou vazbu alespoň v jedné fázi (produkce, zpracování nebo příprava),
- produkty s označením ZTS mají specifické vlastnosti vyplývající ze zvláštnosti tradičního způsobu produkce nebo z použití tradičních surovin,
- loga, která Unie používá pro CHOP, CHZO a ZTS, jsou symboly, které se v celé Unii chápou jako označení produktů odpovídajících specifickým podmínkám produkce, které se váží k jejich zeměpisnému původu nebo tradici a které podléhají kontrolám,
- nepovinné údaje o jakosti se týkají určité vlastnosti jedné nebo více kategorií produktů nebo charakteristiky produkce či zpracování ve specifických oblastech,
- používáním nepovinných údajů o jakosti se oproti produktům podobného typu vytváří přidaná hodnota produktu,
- nepovinné údaje o jakosti mají unijní rozměr,
- ukázka několika produktů, na které se vztahují režimy pro CHOP, CHZO, ZTS nebo režimy nepovinných údajů o jakosti jako příklad možnosti obchodního rozvoje produktů, jejichž označení je zapsáno v ochranných režimech,

▼ M3

— tyto ochranné režimy podporují kulturní dědictví Unie, rozmanitost zemědělské produkce a zachování přírodního prostředí.

5. Hlavní nástroje

- Internet a další elektronické prostředky,
- komunikace se sdělovacími prostředky (specializovaný tisk, ženský tisk, kulinářské časopisy),
- kontakty se sdruženími spotřebitelů,
- informace a předvádění v místech prodeje,
- audiovizuální komunikační prostředky (cílené televizní spoty atd.),
- tištěná dokumentace (prospekty, brožurky atd.),
- účast na veletrzích a výstavách,
- informační a vzdělávací semináře a akce přibližující fungování režimů Unie pro CHOP, CHZO, ZTS nebo režimů nepovinných údajů o jakosti.

6. Délka a rozsah programů

Dvanáct až třicet šest měsíců, přičemž se upřednostní víceleté programy, jejichž cíle a strategie jsou v každé fázi jasně stanoveny.

▼ B**INFORMACE O GRAFICKÉM SYMBOLU NEJVZDÁLENĚJŠÍCH REGIONŮ****1. Celkový rozbor situace**

Tyto obecné zásady se týkají nejbližších regionů stanovených v čl. 299 odst. 2 Smlouvy. Vnější hodnotící studie prokázala, že informační kampaň Společenství o grafickém symbolu („logu“) nejbližších regionů provedená v letech 1998/1999, vzbudila skutečný zájem ze strany různých hospodářských subjektů odvětví.

V důsledku toho požádali někteří producenti a zpracovatelé o schválení svých jakostních produktů za účelem používání tohoto loga.

Vzhledem k omezenému trvání této první kampaně je třeba zvýšit povědomí o tomto logu v různých cílových skupinách pokračováním v informačních opatřeních zaměřených na vysvětlování významu loga a jeho výhod.

2. Cíle

- Seznámit s existencí, významem a výhodami loga,
- nabádat producenty a zpracovatele uvedených regionů k používání loga,
- zlepšit znalosti distributorů a spotřebitelů o logu.

3. Cílové skupiny

- Místní producenti a zpracovatelé,
- distributoři a spotřebitelé,
- osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění.

4. Hlavní poselství

- Typický a přírodní produkt,
- produkt původem z určitého regionu Společenství,

▼ B

- jakost (bezpečnost, výživová a organoleptická hodnota, způsoby produkce, vazba na původ),
- exotičnost,
- rozmanitost nabídky i mimo sezonu,
- sledovatelnost.

5. Hlavní nástroje

- Elektronické nástroje (internetová stránka, atd.),
- telefonické informační linky,
- komunikace se sdělovacími prostředky (specializovaný tisk, ženský tisk, kulinařské časopisy),
- předvádění v místech prodeje, výstavy, trhy, atd.,
- kontakty s lékaři a odborníky na výživu,
- další nástroje (prospekty, brožurky, recepty, atd.),
- audiovizuální prostředky,
- propagace ve specializovaném a místním tisku.

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců.

PRODUKTY EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ

1. Nástín situace

Produkty ekologického zemědělství dosahují značných úspěchů zejména u městských obyvatel, ale jejich podíl na trhu je i nadále omezený.

Znalosti spotřebitelů a jiných zúčastněných stran o způsobu ekologické produkce se zlepšily, ale jsou stále ještě nedostačující.

V Evropském akčním plánu pro potraviny pocházející z ekologického zemědělství a pro ekologické zemědělství⁽¹⁾, jsou informační a propagační opatření považována za klíčový faktor pro vývoj poptávky po produktech z ekologického zemědělství.

2. Cíle

Je důležité, aby se informační a propagační kampaně nezaměřovaly pouze na jeden produkt nebo několik málo vybraných produktů, ale naopak na skupiny produktů nebo ekologický způsob produkce používaný v jednom nebo více regionech jednoho nebo více členských států.

Tyto kampaně se musí zaměřit na:

- podporu spotřeby produktů ekologického zemědělství,
- rozšíření znalostí spotřebitelů o označování, včetně loga Společenství používaného u produktů ekologického zemědělství,
- poskytování úplných informací a zlepšení veřejného povědomí o výhodách ekologického zemědělství, zejména pokud jde o ochranu životního prostředí, dobré životní podmínky zvířat, udržování přírodního prostředí a rozvoj venkovských regionů,

⁽¹⁾ KOM(2004) 415 v konečném znění.

▼B

- poskytování úplných informací o obsahu a fungování režimu Společenství o ekologickém způsobu produkce,
- podporu přechodu jednotlivých producentů a zpracovatelů a seskupení producentů, zpracovatelů nebo maloobchodníků, kteří neprovozují ekologické zemědělství, na tento způsob produkce a dále podporu prodeje produktů ekologického zemědělství ze strany maloobchodníků, seskupení maloobchodníků a provozovatelů restaurací.

3. Cílové skupiny

- Spotřebitelé obecně, jakož i seskupení spotřebitelů a zvláštní podskupiny spotřebitelů,
- osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění,
- distributoři (velkodavatelé, velkoobchodní prodej, specializovaný maloobchodní prodej, dodavatelé jídel na objednávku, jídelny, restaurace),
- učitelé a školy.

4. Hlavní poselství

- Produkty ekologického zemědělství jsou přírodní produkty přizpůsobené pro moderní život a s příjemnou chutí. Jejich způsob produkce obzvláště respektuje životní prostředí a dobré životní podmínky zvířat. Ekologické zemědělství přispívá k zajištění rozmanitosti zemědělské produkce a udržování přírodní krajiny,
- na tyto produkty se vztahují přísná pravidla týkající se produkce a kontroly, včetně dokonalé vysledovatelnosti, s cílem ověřit, že pocházejí z hospodářství podléhajících systému inspekci,
- používání přídavného jména „ekologický“ a jeho ekvivalentů v ostatních jazycích pro označení potravin je chráněno zákonem. Logo Společenství, které je symbolem pro ekologické produkty, se používá v rámci celého Společenství a označuje, že produkty splňují přísná kritéria Společenství v oblasti produkce a že byly podrobeny přísným kontrolám; informace o logu Společenství může být doplněna informacemi týkajícími se log zavedených ve členských státech,
- je možné zvýraznit ostatní aspekty jakosti dotčených produktů (bezpečnost, výživovou hodnotu, chuť).

5. Hlavní nástroje

- Elektronické nástroje (internetové stránky),
- telefonické informační linky,
- komunikace se sdělovacími prostředky (specializovaný tisk, ženský tisk, kulinařské časopisy, tisk z oblasti potravinářského průmyslu),
- kontakty se sdruženími spotřebitelů,
- informace v místech prodeje,
- činnost ve školách,
- audiovizuální komunikační prostředky (zejména cílené televizní spoty),
- tištěná dokumentace (prospekty, brožurky, atd.),

▼B

- účast na veletrzích a výstavách,
- informace a činnosti nebo vzdělávací semináře o fungování režimu v oblasti ekologických produktů a ekologické produkce.

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců. Upřednostní se víceleté programy, jejichž cíle a strategie jsou v každé fázi jasně stanoveny.

▼M3

SKOPOVÉ MASO
1. Celkový rozbor situace

Odvětví skopového masa je velmi citlivým odvětvím, které prochází krizí: spotřeba a produkce skopového masa i jeho ceny klesají, zatímco náklady (zavedení elektronické identifikace, ceny krmiv, tradiční výroba ve formě sezónního přesunu zvířat na jiné pastviny) se zvyšují. Vedle toho se zvyšují dodávky skopového masa ze třetích zemí. Vzhledem ke snižující se ziskovosti jsou mnozí výrobci nuceni produkci ukončit, což může mít negativní vliv na rozmanitost nabídky masa v Unii a na další vylidňování venkova. Skopové maso je důležitou součástí kulinařského dědictví v Unii a jeho produkce hraje s ohledem na ochranu krajiny a sociálně-ekonomické dopady zvláštní úlohu zejména v oblastech s obtížnými podmínkami pro zemědělské využívání.

2. Cíle

- zvýšit povědomí cílových skupin o jakosti a podmínkách udržitelné produkce skopového masa a zvláštní úloze, kterou hraje v kulinařském dědictví v Unii,
- zvýšit spotřebu skopového masa.

3. Cílové skupiny

- producenti a zpracovatelé,
- distributoři (velkodavatelé, velkoobchodníci, maloobchodní prodej, dodavatelé jídel na objednávku, jídelny, restaurace),
- spotřebitelé (především mladí lidé ve věku 18 až 40 let) a sdružení spotřebitelů,
- osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění, novináři, odborníci z oboru gastronomie.

4. Hlavní poselství

- produkce šetrná k životnímu prostředí a tradiční výrobní postupy,
- výsledovatelnost (elektronická identifikace),
- označování masa umožňuje spotřebiteli určit původ a vlastnosti produktů,
- informovat spotřebitele o rozmanitosti a organoleptických a nutričních vlastnostech skopového masa,
- pokyny k používání, recepty,
- informační a propagační kampaně se omezují na produkty pocházející z Unie.

5. Hlavní nástroje

- Internet a další elektronické prostředky,
- propagace v místech prodeje (ochutnávky, recepty, šíření informací),

▼ M3

- kontakty s tiskem a styk s veřejností (setkání, účast na veletrzích atd.),
- propagace (nebo propagační úvodníky) v tisku,
- audiovizuální komunikační prostředky (televize a rozhlas),
- účast na veletrzích,
- jiné nástroje.

6. Délka a rozsah programů

Dvanáct až třicet šest měsíců, přičemž se upřednostní víceleté programy, jejichž cíle a strategie jsou v každé fázi jasně stanoveny a které jsou organizovány dvěma nebo několika členskými státy a prováděny alespoň na dvou nových trzích.

▼ B*PŘÍLOHA II***TŘETÍ ZEMĚ****A. SEZNAM PRODUKTŮ, NA KTERÉ BY SE MOHLY VZTAHOVAT PROPAGAČNÍ OPATŘENÍ**

- Hovězí a vepřové maso, čerstvé, chlazené nebo mražené; potravinové přípravky na bázi těchto výrobků,
- kvalitní drůbeží maso,
- mléčné výrobky,
- olivový olej a stolní olivy,

▼ M1

- vína s chráněným označením původu nebo s chráněným zeměpisným označením, vína s označením moštové odrůdy,
- lihoviny s chráněným zeměpisným označením,

▼ B

- čerstvé a zpracované ovoce a zelenina,
- produkty zpracované z obilovin a rýže,
- přadný len,
- živé rostliny a produkty okrasného zahradnictví,

▼ M3

- produkty, na než se vztahují režimy pro chráněné označení původu (CHOP), chráněné zeměpisné označení (CHZO) nebo zaručené tradiční speciality v souladu s nařízením (EU) č. 1151/2012,

▼ B

- produkty z ekologického zemědělství podle nařízení (EHS) č. 2092/91,

▼ M3

- skopové maso.

▼ B**B. SEZNAM TŘETÍCH TRHŮ, V NICHŽ LZE PROVÁDĚT PROPAGAČNÍ AKCE**

A. Země

▼ M3

- _____
- Albánie

▼ B

- Bývalá jugoslávská republika Makedonie

▼ M3

- Arménie

▼ B

- Austrálie

▼ M3

- Ázerbajdžán
- Bělorusko

▼ B

- Bosna a Hercegovina

▼ B

- Čína
- Jižní Korea

▼ M3

-
- Gruzie

▼ B

- Indie
- Japonsko

▼ M3

- Kazachstán

▼ B

- Kosovo

▼ M3

- Moldavsko

▼ B

- Černá Hora
- Norsko
- Nový Zéland

▼ M3

- Uzbekistán

▼ B

- Rusko
 - Srbsko
 - Švýcarsko
 - Turecko
 - Ukrajina.
- B. Zeměpisné oblasti

▼ M3

- Afrika
-

▼ B

- Severní Amerika
- Latinská Amerika
- Jihovýchodní Asie
- Blízký a Střední východ.

▼B*PŘÍLOHA III***Orientační roční rozpočty jednotlivých odvětví podle článku 6**

1. Čerstvé ovoce a zelenina: 10 milionů EUR
2. Zpracované ovoce a zelenina: 2 miliony EUR
3. Pšadný len: 1 milion EUR.
4. Živé rostliny a produkty okrasného zahradnictví: 3 miliony EUR
5. Olivový olej a stolní olivy: 7 milionů EUR (z čehož minimálně 3 miliony EUR ve třetích zemích)
6. Oleje ze semen: 2 miliony EUR
7. Mléko a mléčné výrobky: 4 miliony EUR
8. Čerstvé, chlazené nebo mrazené maso vyprodukované v souladu s režimem jakosti Společenství nebo vnitrostátním režimem jakosti: 4 miliony EUR
9. Označování vajec: 2 miliony EUR
10. Med a produkty včelařství: 1 milion EUR

▼M1

11. Vína s chráněným označením původu nebo s chráněným zeměpisným označením, vína s označením moštové odrůdy: 12 milionů EUR

▼M3

12. Produkty, na než se vztahují režimy pro chráněné označení původu (CHOP), chráněné zeměpisné označení (CHZO), zaručené tradiční speciality nebo režimy nepovinných údajů o jakosti v souladu s nařízením (EU) č. 1151/2012: 3 miliony EUR

▼B

13. Informace o grafickém symbolu nejbližších regionů: 1 milion EUR
14. Produkty ekologického zemědělství: 3 miliony EUR

▼M3

-
16. Skopové maso: p.m.



PŘÍLOHA IV

Srovnávací tabulka

Nařízení (ES) č. 1071/2005 (vnitřní trh)	Nařízení (ES) č. 501/2008 (jednotné nařízení Komise)	Nařízení (ES) č. 1346/2005 (třetí země)
Článek 1	Článek 1	Článek 1
Článek 2	Článek 2	Článek 2
Článek 3	Článek 3	Článek 3
Článek 4	Článek 4	—
—	Článek 5	Článek 4
Článek 5	Čl. 6 odst. 1	—
—	Čl. 6 odst. 2	Článek 5
Čl. 7 odst. 2 písm. b)	Čl. 6 odst. 3, částečně	—
—	Článek 7	Článek 6 a čl. 10 odst. 3 druhý pododstavec
Čl. 7 odst. 1, odst. 2 písm. a) a c) a odst. 3	Článek 8	Čl. 7 odst. 1, odst. 2 druhý pododstavec a odst. 3
Čl. 7 odst. 2, vyjma písm. a) a c), a odst. 4	Článek 9	Čl. 7 odst. 2, vyjma prvního pododstavce, a odst. 4 a 5
—	Článek 10	Článek 8
Článek 8	Článek 11	Článek 9
Čl. 9 odst. 1	Článek 12	Čl. 10 odst. 1
Čl. 9 odst. 2 a 3	Článek 13	Čl. 10 odst. 2 a 3 první pododstavec
Čl. 10 odst. 1 až 3	Článek 14	Článek 11
Článek 6 a čl. 10 odst. 4	Článek 15	—
Článek 11	Článek 16	Článek 12
Článek 12	Článek 17	Článek 13
Článek 13	Článek 18	Článek 14
Článek 14	Článek 19	Článek 15
Článek 15	Článek 20	Článek 16
Článek 16	Článek 21	Článek 17
Článek 17	Článek 22	Článek 18
Článek 18	Článek 23	Článek 19
Článek 19	Článek 24	Článek 20
Článek 20	Článek 25	Článek 21
Článek 21	Článek 26	Článek 22
Článek 22	Článek 27	Článek 23
Článek 23	Článek 28	Článek 24
Článek 25	Článek 29	Článek 26