

**ROZPORZĄDZENIE KOMISJI (WE) NR 1313/2008**

z dnia 19 grudnia 2008 r.

**zmieniające rozporządzenie (WE) nr 501/2008 ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 3/2008 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich**

KOMISJA WSPÓLNOT EUROPEJSKICH,

uwzględniając Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską,

uwzględniając rozporządzenie Rady (WE) nr 3/2008 z dnia 17 grudnia 2007 r. w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich<sup>(1)</sup>, w szczególności jego art. 4, 5 oraz 15,

a także mając na uwadze, co następuje:

- (1) Po zmianie wprowadzonej rozporządzeniem Rady (WE) nr 479/2008 z dnia 29 kwietnia 2008 r. w sprawie wspólnej organizacji rynku wina<sup>(2)</sup> art. 2 i 3 rozporządzenia (WE) nr 3/2008 przewidują działania informacyjne dotyczące nowych oznaczeń win Wspólnoty oraz wzorców odpowiedzialnej konsumpcji i zagrożeniach związanych z nadużywaniem alkoholu. Należy zatem odpowiednio zmienić rozporządzenie Komisji (WE) nr 501/2008<sup>(3)</sup>.
- (2) Załącznik I do rozporządzenia (WE) nr 501/2008 ustanawia wykaz tematów i produktów oraz wytyczne dotyczące promocji na rynku wewnętrznym.
- (3) Załącznik II do rozporządzenia (WE) nr 501/2008 ustanawia wykaz produktów, mogących być przedmiotem

działań promocyjnych w krajach trzecich oraz wykaz krajów trzecich, w których mogą być prowadzone działania promocyjne.

- (4) Załącznik III do rozporządzenia (WE) nr 501/2008 ustanawia orientacyjne budżety roczne dla poszczególnych sektorów.
- (5) Uwzględniając zmiany wprowadzone w rozporządzeniu (WE) nr 3/2008, należy odpowiednio zmienić załączniki I, II i III do rozporządzenia (WE) nr 501/2008.
- (6) Środki przewidziane w niniejszym rozporządzeniu są zgodne z opinią Komitetu Zarządzającego ds. Wspólnej Organizacji Rynków Rolnych,

PRZYJMUJE NINIEJSZE ROZPORZĄDZENIE:

**Artykuł 1**

Załączniki I, II i III do rozporządzenia (WE) nr 501/2008 zmienia się zgodnie z załącznikiem do niniejszego rozporządzenia.

**Artykuł 2**Niniejsze rozporządzenie wchodzi w życie siódmego dnia po jego opublikowaniu w *Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej*.

Niniejsze rozporządzenie wiąże w całości i jest bezpośrednio stosowane we wszystkich państwach członkowskich.

Sporządzono w Brukseli, dnia 19 grudnia 2008 r.

W imieniu Komisji  
Mariann FISCHER BOEL  
Członek Komisji

<sup>(1)</sup> Dz.U. L 3 z 5.1.2008, s. 1.<sup>(2)</sup> Dz.U. L 148 z 6.6.2008, s. 1.<sup>(3)</sup> Dz.U. L 147 z 6.6.2008, s. 3.

## ZAŁĄCZNIK

W załącznikach I, II i III do rozporządzenia (WE) nr 501/2008 wprowadza się następujące zmiany:

1) w załączniku I wprowadza się następujące zmiany:

a) w części „A. **WYKAZ TEMATÓW I PRODUKTÓW**” tiret jedenaste otrzymuje brzmienie:

„— wina o chronionej nazwie pochodzenia lub chronionym oznaczeniu geograficznym, wina o podanej nazwie odmiany winorośli.”;

b) w części „B. **WYTYCZNE**” wytyczna dotycząca „WIN GATUNKOWYCH PRODUKOWANYCH W OKREŚLONYM REGIONIE (PSR), WIN STOŁOWYCH POSIADAJĄCYCH OZNAKOWANIE GEOGRAFICZNE” otrzymuje brzmienie:

„WINA O CHRONIONEJ NAZWIE POCHODZENIA LUB CHRONIONYM OZNACZENIU GEOGRAFICZNYM,  
WINA O PODANEJ NAZWIE ODMIANY WINOROŚLI

### 1. Przegląd sytuacji

Produkcja wina jest wystarczająca, ale spożycie nie zmienia się, a w przypadku niektórych typów wina nawet spada, zaś dostawy z krajów trzecich rosną.

### 2. Cele

- Informowanie konsumentów o różnorodności, jakości i warunkach produkcji win Wspólnoty oraz o wynikach badań naukowych,
- informowanie konsumentów o wzorcach odpowiedzialnej konsumpcji i zagrożeniach związanych z nadużywaniem alkoholu.

### 3. Grupy docelowe

- Dystrybutorzy,
- konsumenci z wyłączeniem ludzi młodych i dorastających, o których mowa w zaleceniu Rady 2001/458/WE (\*),
- środowiska opiniotwórcze: dziennikarze, eksperci gastronomii,
- instytucje edukacyjne w sektorze hotelarskim i gastronomicznym.

### 4. Główne przesłania

- Przepisy wspólnotowe ściśle regulują produkcję, wskaźniki jakości, etykietowanie i wprowadzanie do obrotu, gwarantując w ten sposób konsumentom produkt wysokiej jakości i jego identyfikowalność,
- możliwość wyboru spośród bardzo szerokiej oferty win Wspólnoty o zróżnicowanym pochodzeniu,
- informacja na temat uprawy winorośli we Wspólnocie oraz jej powiązań z regionalnymi i lokalnymi warunkami, kulturą i gustami,
- informacja na temat wzorców odpowiedzialnej konsumpcji i zagrożeniach związanych z nadużywaniem alkoholu.

### 5. Główne kanały informacji i promocji

- Działania informacyjne i PR,
- szkolenia dla dystrybutorów żywności i zakładów gastronomicznych,
- kontakty z prasą specjalistyczną,
- inne kanały (strona internetowa, ulotki i broszury) pomagające konsumentom w wyborze i tworzeniu sposobności spożywania wina (imprezy rodzinne, uroczystości itd.),
- wystawy i targi: stoiska prezentujące produkty z kilku państw członkowskich.

### 6. Czas trwania programów

Czas trwania od 12 do 36 miesięcy, przy czym pierwszeństwo mają wieloletnie programy, w których cele są wyznaczone dla każdego etapu.

(\*) Dz.U. L 161 z 16.6.2001, s. 38.;

2) w załączniku II tiret piąte i szóste części „A. WYKAZ PRODUKTÓW MOGĄCYCH BYĆ PRZEDMIOTEM DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH” otrzymują brzmienie:

„— wina o chronionej nazwie pochodzenia lub chronionym oznaczeniu geograficznym, wina o podanej nazwie odmiany winorośli,

— napoje spirytusowe o chronionym oznaczeniu geograficznym;”;

3) w załączniku III pkt 11 otrzymuje brzmienie:

„11. Wina o chronionej nazwie pochodzenia lub chronionym oznaczeniu geograficznym, wina o podanej nazwie odmiany winorośli: 12 mln EUR”.

---