

ROZPORZĄDZENIE WYKONAWCZE KOMISJI (UE) NR 737/2013

z dnia 30 lipca 2013 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 EUROPEJSKA,

uwzględniając Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej,

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⁽¹⁾, w szczególności jego art. 4, 5 oraz 15,

a także mając na uwadze, co następuje:

- (1) Rozporządzeniem Komisji (WE) nr 501/2008⁽²⁾ ustanowiono zasady przygotowania, wyboru, realizacji, finansowania i kontroli działań informacyjnych i promocyjnych określonych w rozporządzeniu (WE) nr 3/2008.
- (2) Wykaz tematów i produktów, dla których środki mogą zostać zrealizowane na rynku wewnętrznym zgodnie z art. 3 ust. 1 rozporządzenia (WE) nr 3/2008 znajduje się w części A załącznika I do rozporządzenia (WE) nr 501/2008, a wykaz produktów, które mogą być objęte działaniami promocyjnymi w państwach trzecich zgodnie z art. 3 ust. 2 rozporządzenia (WE) nr 3/2008 znajduje się w części A załącznika II do rozporządzenia (WE) nr 501/2008. Wykazy te podlegają przeglądowi co dwa lata.
- (3) Wytyczne, o których mowa w art. 5 ust. 1 rozporządzenia (WE) nr 3/2008, są określone w części B załącznika I do rozporządzenia (WE) nr 501/2008.
- (4) W kontekście kryzysu w sektorze mięsa baraniego oraz w celu zwiększenia świadomości w odniesieniu do mięsa baraniego, a także jego produkcji i konsumpcji, organizacje branżowe i międzybranżowe powinny mieć możliwość otrzymywania unijnego współfinansowania w odniesieniu do programów informacyjnych i promocyjnych dotyczących mięsa baraniego pochodzącego z Unii.
- (5) Określenia jakościowe stosowane fakultatywnie, wprowadzone rozporządzeniem (UE) nr 1151/2012 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 21 listopada 2012 r. w sprawie systemów zapewniania jakości produktów rolnych i środków spożywczych⁽³⁾, należą do drugiej generacji systemów zapewniania jakości zwiększających wartość produktów. Mogą one być przekazywane na rynku wewnętrznym i odnosić się do konkretnych horyzontalnych cech charakterystycznych, w odniesieniu do jednej lub wielu kategorii produktów, metod produkcji rolnej lub cech procesu przetwarzania, które stosuje się w określonych dziedzinach. W celu pełnego udostępnienia programów promocyjnych na rynku wewnętrznym dla wszystkich obecnych systemów zapewniania jakości, produkty objęte systemem określeń jakościowych stosowanych fakultatywnie powinny być ujęte jako kwalifikujące się produkty wraz z produktami objętymi systemami chronionych nazw pochodzenia (ChNP), chronionych oznaczeń geograficznych (ChOG) lub gwarantowanych tradycyjnych specjalności (GTS).
- (6) Powody uznania kwalifikowalności mięsa drobiowego nie są już aktualne, ponieważ od kryzysu spowodowanego ptasią grypą upłynęło wystarczająco dużo czasu, aby przywrócić zaufanie konsumentów. W związku z tym odniesienia do mięsa drobiowego powinny zostać skreślone.
- (7) Przy wyborze państw trzecich, które powinny być umieszczone w części B załącznika II do rozporządzenia (WE) nr 501/2008, należy brać pod uwagę rynki krajów trzecich, na których istnieje faktyczny bądź potencjalny popyt. W związku ze stale rosnącą konsumpcją, potencjałem unijnych produktów rolnych oraz zainteresowaniem nimi, a także w związku ze zwiększeniem zasięgu unijnych programów i projektów współpracy, za rynki kwalifikujące się do programów promocyjnych należy uznać nowe państwa i obszary.
- (8) W związku z przystąpieniem Chorwacji do Unii w dniu 1 lipca 2013 r., państwo to powinno zostać usunięte z wykazu kwalifikujących się państw trzecich.
- (9) Należy zatem odpowiednio zmienić rozporządzenie (WE) nr 501/2008.
- (10) Środki przewidziane w niniejszym rozporządzeniu są zgodne z opinią Komitetu Zarządzającego ds. Wspólnej Organizacji Rynków Rolnych,

⁽¹⁾ Dz.U. L 3 z 5.1.2008, s. 1.⁽²⁾ Dz.U. L 147 z 6.6.2008, s. 3.⁽³⁾ Dz.U. L 343 z 14.12.2012, s. 1.

PRZYJMUJE NINIEJSZE ROZPORZĄDZENIE:

Artykuł 1

W załącznikach I, II i III do rozporządzenia (WE) nr 501/2008 wprowadza się zmiany zgodnie z załącznikiem do niniejszego rozporządzenia.

Artykuł 2

Niniejsze rozporządzenie wchodzi w życie trzeciego 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 30 lipca 2013 r.

W imieniu Komisji
José Manuel BARROSO
Przewodniczący

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” wprowadza się następujące zmiany:

(i) tiret 13. otrzymuje brzmienie:

„— produkty objęte systemami chronionych nazw pochodzenia (ChNP), chronionych oznaczeń geograficznych (ChOG), gwarantowanych tradycyjnych specjalności (GTS) lub określeniami jakościowymi stosowanymi fakultatywnie zgodnie z rozporządzeniem (UE) nr 1151/2012 Parlamentu Europejskiego i Rady (*),

(*) Dz.U. L 343 z 14.12.2012, s. 1.”;

(ii) skreśla się tiret 15.;

(iii) dodaje się następujące tiret:

„— mięso baranie”.

(b) w części B. „Wytyczne” wprowadza się następujące zmiany:

(i) w wytycznych zatytułowanych „ŚWIEŻE, SCHŁODZONE LUB MROŻONE MIĘSO, PRODUKOWANE ZGODNIE ZE WSPÓLNOTOWYM LUB KRAJOWYM SYSTEMEM JAKOŚCI”, w pkt 2 „Cele”, słowa „ChNP, ChOG, GTS i rolnictwo ekologiczne” zastępuje się słowami „ChNP, ChOG, GTS, określenia jakościowe stosowane fakultatywnie i rolnictwo ekologiczne”;

(ii) wytyczne zatytułowane „PRODUKTY POSIADAJĄCE CHRONIONĄ NAZWĘ POCHODZENIA (ChNP), CHRONIONE OZNACZENIE GEOGRAFICZNE (ChOG) LUB OZNACZENIE GWARANTOWANEJ TRADYCYJNEJ SPECJALNOŚCI (GTS)” otrzymują brzmienie:

„PRODUKTY OBJĘTE SYSTEMAMI CHRONIONYCH NAZW POCHODZENIA (ChNP), CHRONIONYCH OZNACZEŃ GEOGRAFICZNYCH (ChOG), GWARANTOWANYCH TRADYCYJNYCH SPECJALNOŚCI (GTS) LUB OKREŚLENAMI JAKOŚCIOWYMI STOSOWANYMI FAKULTATYWNIE ZGODNIE Z ROZPORZĄDZENIEM (UE) NR 1151/2012 PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY

1. Przegląd sytuacji

Unijny system ochrony nazw produktów ustalony w rozporządzeniu (UE) nr 1151/2012 jest priorytetem w realizacji rozdziału Wspólnej Polityki Rolnej dotyczącego jakości. Konieczne jest zatem kontynuowanie wysiłków polegających na promowaniu oznaczeń, produktów objętych chronionymi nazwami i określeń jakościowych stosowanych fakultatywnie wśród wszystkich potencjalnych uczestników łańcucha produkcji, przygotowania, wprowadzania do obrotu i konsumpcji tych produktów.

2. Cele

Kampanie informacyjne i promocyjne nie powinny skupiać się na jednej nazwie produktu lub tylko ograniczonej ich liczbie, ale raczej na grupach nazw produktów z wybranych kategorii lub też na produktach wyprodukowanych w jednym regionie lub kilku regionach bądź w jednym państwie członkowskim lub w kilku państwach członkowskich.

Celem tych kampanii powinno być:

- dostarczanie wyczerpujących informacji na temat zawartości, funkcjonowania i unijnego charakteru systemów, a zwłaszcza ich wpływu na wartość handlową produktów posiadających chronione nazwy lub określenia jakościowe stosowane fakultatywnie, które po zarejestrowaniu są objęte ochroną wynikającą z tych systemów,
- zwiększenie rozpoznawalności unijnych symboli produktów objętych systemami ChNP/ChOG/GTS lub określeniami jakościowymi stosowanymi fakultatywnie wśród konsumentów, dystrybutorów i specjalistów w zakresie żywienia,
- zachęcanie grup producentów i przetwórców, którzy nie korzystają jeszcze z tych systemów, do zarejestrowania nazw produktów, które spełniają podstawowe wymagania, oraz do stosowania określeń jakościowych stosowanych fakultatywnie,
- zachęcanie producentów i przetwórców w odnośnych regionach, którzy nie korzystają jeszcze z tych systemów, do udziału w wytwarzaniu produktów noszących zarejestrowane nazwy poprzez przestrzeganie zatwierdzonych specyfikacji i wymogów z zakresu kontroli ustalonych dla poszczególnych nazw chronionych,

- pobudzanie popytu na omawiane produkty poprzez informowanie konsumentów i dystrybutorów o istnieniu, znaczeniu i korzyściach płynących z tych systemów, jak również przez informowanie ich o znakach graficznych, warunkach przyznawania oznaczeń, kontrolach oraz o systemie identyfikowalności.

3. Grupy docelowe

- Producenci i przetwórcy,
- dystrybutorzy (supermarkety, hurtownicy, detaliści, zakłady garmażeryjne, stołówki, restauracje),
- konsumenci i stowarzyszenia konsumentów,
- środowiska opiniotwórcze.

4. Główne przesłania

- Produkty posiadające nazwy chronione mają specyficzne właściwości związane z ich pochodzeniem geograficznym; w przypadku produktów ze znakiem ChNP, jakość lub właściwości tych produktów są związane głównie lub wyłącznie ze szczególnym środowiskiem geograficznym z jego nieodłącznymi czynnikami naturalnymi i ludzkimi. Znak ChOG dotyczy produktów odznaczających się szczególną jakością lub cieszących się reputacją, które można przypisać ich pochodzeniu geograficznemu; związek z obszarem geograficznym musi zatem zostać wykazany przynajmniej na jednym z etapów produkcji, przetwarzania lub przygotowania produktu,
- produkty posiadające oznaczenie GTS mają specyficzne właściwości wynikające ze szczególnych tradycyjnych metod ich produkcji lub wykorzystania tradycyjnych surowców,
- unijne symbole ChNP, ChOG i GTS są symbolami rozumianymi w całej Unii jako oznaczające produkty spełniające szczególne warunki produkcji, powiązane z ich geograficznym regionem pochodzenia lub z ich tradycją i podlegające kontroli,
- określenia jakościowe stosowane fakultatywnie nawiązują do cechy co najmniej jednej kategorii produktów lub właściwości produkcji rolnej lub procesu przetwarzania, które mają zastosowanie na konkretnych obszarach,
- stosowanie określenia jakościowego stosowanego fakultatywnie przydaje wartości dodanej danemu produktowi w porównaniu z produktami podobnego rodzaju,
- określenia jakościowe stosowane fakultatywnie mają wymiar unijny,
- prezentowanie niektórych produktów objętych systemami ChNP, ChOG, GTS lub określeniami jakościowymi stosowanymi fakultatywnie jako udanych przykładów podniesienia wartości handlowej produktów, których nazwy są zarejestrowane zgodnie z systemami ochrony,
- powyższe systemy ochrony wspierają kulturalną spuściznę Unii oraz różnorodność produkcji rolnej, jak również przyczyniają się do zachowania w dobrym stanie terenów wiejskich.

5. Główne kanały informacji i promocji

- Internet i inne elektroniczne środki przekazu,
- kontakty public relations z mediami (prasa specjalistyczna, kobieca i kulinarna),
- kontakty ze stowarzyszeniami konsumentów,
- informacja i pokazy w punktach sprzedaży,
- media audiowizualne (m.in. tematyczne reklamy telewizyjne itd.),
- informacyjne materiały drukowane (ulotki, broszury itd.),
- uczestnictwo w targach i wystawach,
- seminaria i działania informacyjne i szkoleniowe dotyczące funkcjonowania unijnych systemów ChNP, ChOG, GTS lub określeń jakościowych stosowanych fakultatywnie.

6. Czas trwania i zakres programów

Czas trwania od 12 do 36 miesięcy, przy czym pierwszeństwo mają wieloletnie programy, w których dla każdego etapu wyznaczono jasne cele i strategię działania.”

(iii) skreśla się wytyczne zatytułowane „mięso drobiowe”;

(iv) dodaje się nowe wytyczne zatytułowane „MIĘSO BARANIE” w brzmieniu:

„MIĘSO BARANIE

1. Przegląd sytuacji

Sektor mięsa baraniego jest bardzo niestabilny i doświadcza kryzysu: konsumpcja, produkcja i ceny mięsa baraniego spadają, natomiast koszty (związane z wprowadzeniem identyfikacji elektronicznej, cenami pasz, tradycyjną produkcją w formie sezonowego pasterstwa wędrownego) – rosną. Ponadto zwiększa się

podaż mięsa baraniego z państw trzecich. W związku z pogorszeniem rentowności, wielu producentów jest zmuszonych zaprzestać produkcji, co może mieć negatywny wpływ na różnorodność mięsa w Unii i jeszcze bardziej przyspieszyć wyludnianie się wsi. Mięso baranie jest ważnym elementem kulinarnego dziedzictwa w Unii, a jego produkcja ma wyjątkowe znaczenie dla ochrony krajobrazu i stosunków społeczno-gospodarczych, szczególnie na obszarach o trudnych warunkach gospodarowania.

2. Cele

- Poszerzenie wiedzy grup docelowych o jakości, zrównoważonych warunkach produkcji mięsa baraniego i szczególnej roli, jaką odgrywa ono w dziedzictwie kulinarnym w Unii,
- zwiększenie konsumpcji mięsa baraniego.

3. Grupy docelowe

- Producenci i przetwórcy,
- dystrybutorzy (supermarkety, hurtownicy, detaliści, zakłady garmazeryjne, stołówki, restauracje),
- konsumenci (zwłaszcza młodzi, w wieku od 18 do 40 lat) i stowarzyszenia konsumentów,
- przedstawiciele środowisk opiniotwórczych, dziennikarze, eksperci w dziedzinie gastronomii.

4. Główne przesłania

- Przyjazne dla środowiska i tradycyjne metody produkcji,
- identyfikowalność (identyfikacja elektroniczna),
- etykietowanie mięsa pozwala konsumentowi na zidentyfikowanie pochodzenia i właściwości produktów,
- informowanie konsumentów o różnorodności, właściwościach organoleptycznych i wartościach odżywczych mięsa baraniego,
- rady dotyczące wykorzystania produktu, przepisy,
- zakres kampanii informacyjnych i promocyjnych jest ograniczony do produktów wyprodukowanych w UE.

5. Główne kanały informacji i promocji

- Internet i inne elektroniczne środki przekazu,
- promocja w punktach sprzedaży (degustacja, przepisy kulinarne, udzielanie informacji),
- kontakty z prasą oraz kontakty PR (wydarzenia, uczestnictwo w targach itd.),
- reklama (lub artykuły reklamowe) w prasie,
- media audiowizualne (telewizja i radio),
- uczestnictwo w targach branżowych,
- inne kanały.

6. Czas trwania i zakres programów

Czas trwania od 12 do 36 miesięcy, przy czym pierwszeństwo mają wieloletnie programy, w których dla każdego etapu wyznaczono jasne cele i strategię działania i które są organizowane przez co najmniej dwa państwa członkowskie i wdrażane na co najmniej dwóch nowych rynkach.”

(2) w załączniku II wprowadza się następujące zmiany:

(a) w części A „**WYKAZ PRODUKTÓW MOGĄCYCH BYĆ PRZEDMIOTEM DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH**” wprowadza się następujące zmiany:

(i) tiret 11. otrzymuje brzmienie:

„— produkty objęte systemami chronionych nazw pochodzenia (ChNP), chronionych oznaczeń geograficznych (ChOG), gwarantowanych tradycyjnych specjalności (GTS) zgodnie z rozporządzeniem (UE) nr 1151/2012 Parlamentu Europejskiego i Rady”;

(ii) dodaje się następujące tiret:

„— Mięso baranie”.

(b) w części B „**WYKAZ KRAJÓW TRZECICH, W KTÓRYCH MOGĄ BYĆ PROWADZONE DZIAŁANIA PROMOCYJNE**” wprowadza się następujące zmiany:

- (i) w sekcji A. „Kraje” wprowadza się następujące zmiany:
- skreśla się tiret dotyczące Republiki Południowej Afryki i Chorwacji;
 - dodaje się następujące tiret:
 - „— Albania
 - Armenia
 - Azerbejdżan
 - Białoruś
 - Gruzja
 - Kazachstan
 - Mołdawia
 - Uzbekistan”;
- (ii) w sekcji B. „Obszary geograficzne” wprowadza się następujące zmiany:
- skreśla się tiret dotyczące Afryki Północnej;
 - dodaje się następujące tiret:
 - „— Afryka”.
- (3) w załączniku III wprowadza się następujące zmiany:
- (a) pkt 12 otrzymuje brzmienie:
- „12. Produkty objęte systemami chronionych nazw pochodzenia (ChNP), chronionych oznaczeń geograficznych (ChOG), gwarantowanych tradycyjnych specjalności (GTS) lub określeniami jakościowymi stosowanymi fakultatywnie zgodnie z rozporządzeniem (UE) nr 1151/2012: 3 mln EUR”;
- (b) skreśla się pkt 15;
- (c) dodaje się pkt 16 w brzmieniu:
- „16. Mięso baranie: p.m.”
-