

PROVEDBENA UREDBA KOMISIJE (EU) br. 737/2013**od 30. srpnja 2013.****o izmjenama Uredbe Komisije (EZ) br. 501/2008 o utvrđivanju detaljnih pravila za primjenu Uredbe Vijeća (EZ) br. 3/2008 o informiranju i promotivnim mjerama za poljoprivredne proizvode na unutarnjem tržištu i u trećim zemljama**

EUROPSKA KOMISIJA,

uzimajući u obzir Ugovor o funkcioniranju Europske unije,

uzimajući u obzir Uredbu Vijeća (EZ) br. 3/2008 od 17. prosinca 2007. o informiranju i promotivnim mjerama za poljoprivredne proizvode na unutarnjem tržištu i u trećim zemljama ⁽¹⁾, a posebno njezine članke 4., 5. i 15.,

budući da:

- (1) Uredbom Komisije (EZ) br. 501/2008 ⁽²⁾ utvrđuju se pravila za sastavljanje, odabir, provedbu, financiranje i provjeru informiranja i promotivnih mjera iz Uredbe (EZ) br. 3/2008.
- (2) Popis tema i proizvoda za koje se mogu provesti mjere na unutarnjem tržištu u skladu s člankom 3. stavkom 1. Uredbe (EZ) br. 3/2008 utvrđen je u dijelu A Priloga I. Uredbi (EZ) br. 501/2008, a popis proizvoda koji mogu biti obuhvaćeni promotivnim mjerama u trećim zemljama u skladu s člankom 3. stavkom 2. Uredbe (EZ) br. 3/2008 utvrđen je u dijelu A Priloga II. Uredbi (EZ) br. 501/2008. Ti se popisi revidiraju svake dvije godine.
- (3) Smjernice iz članka 5. stavka 1. Uredbe (EZ) br. 3/2008 utvrđene su u dijelu B Priloga I. Uredbi (EZ) br. 501/2008.
- (4) U kontekstu krize sektora ovčjeg mesa i s namjerom podizanja svijesti u pogledu ovčjeg mesa, njegove proizvodnje i potrošnje, potrebno je trgovinskim i međusektorskim organizacijama u navedenom sektoru omogućiti da primaju sufinanciranje Unije za programe informiranja i promocije za generičko ovčje meso podrijetlom iz Unije.
- (5) Neobavezne oznake kvalitete uvedene Uredbom (EU) br. 1151/2012 Europskog parlamenta i Vijeća od 21. studenoga 2012. o sustavima kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode ⁽³⁾ čine drugi stupanj sustava kvalitete kojima se osigurava dodana vrijednost. Mogu se prenijeti na unutarnje tržište i odnose se na posebne vodoravne značajke u pogledu jedne kategorije proizvoda ili više njih, poljoprivrednih metoda ili obilježja proizvodnje koji se primjenjuju u određenim područjima. Kako bi promotivni programi bili dostupni na unutarnjem tržištu za sve postojeće sustave kvalitete, proizvodi obuhvaćeni sustavom za neobavezne oznake kvalitete trebaju se uključiti kao prihvatljivi proizvodi, kao i proizvodi obuhvaćeni sustavima za zaštićenu oznaku izvornosti (ZOI), zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla (ZOZP) i zajamčene tradicionalne specijalitete (ZTS).
- (6) Više nisu valjani razlozi za proglašavanje mesa peradi prihvatljivim jer je razdoblje nakon krize uzrokovane ptičjom gripom bilo dovoljno dugo za vraćanje povjerenja potrošača. Stoga treba izbrisati upućivanja na meso peradi.
- (7) Pri odabiru trećih zemalja za uključivanje u dio B Priloga II. Uredbi (EZ) br. 501/2008, treba voditi računa o tržištima u trećim zemljama gdje postoji stvarna ili moguća potražnja. Zbog stalnog rasta potrošnje i potencijala za poljoprivredne proizvode Unije te interesa za njih, kao i zbog daljnjeg širenja programa Unije i projekata suradnje, treba razmotriti nove zemlje i nova područja kao prikladna tržišta za promotivne programe.
- (8) U kontekstu pristupanja Hrvatske Uniji 1. srpnja 2013. tu državu treba izbrisati s popisa trećih zemalja koje ispunjavaju uvjete.
- (9) Uredbu (EZ) br. 501/2008 treba stoga na odgovarajući način izmijeniti.
- (10) Mjere predviđene ovom Uredbom u skladu su s mišljenjem Upravljačkog odbora za zajedničku organizaciju poljoprivrednih tržišta,

⁽¹⁾ SL L 3, 5.1.2008., str. 1.⁽²⁾ SL L 147, 6.6.2008., str. 3.⁽³⁾ SL L 343, 14.12.2012., str. 1.

DONIJELA JE OVU UREDBU:

Članak 1.

Prilozi I., II. i III. Uredbi (EZ) br. 501/2008 izmjenjuju se u skladu s Prilogom ovoj Uredbi.

Članak 2.

Ova Uredba stupa na snagu trećeg dana od dana objave u *Službenom listu Europske unije*.

Ova je Uredba u cijelosti obvezujuća i izravno se primjenjuje u svim državama članicama.

Sastavljeno u Bruxellesu 30. srpnja 2013.

Za Komisiju
Predsjednik
José Manuel BARROSO

PRILOG

Prilozi I., II. i III. Uredbi (EZ) br. 501/2008 izmjenjuju se na sljedeći način:

(1) Prilog I. izmjenjuje se kako slijedi:

(a) Dio A. „Popis tema i proizvoda” izmjenjuje se kako slijedi:

i. trinaesta alineja zamjenjuje se kako slijedi:

„— Proizvodi uključeni u sustave za zaštićenu oznaku izvornosti (ZOI), zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla (ZOZP), zajamčene tradicionalne specijalitete (ZTS) ili neobavezne oznake kvalitete u skladu s Uredbom (EU) br. 1151/2012” Europskog Parlamenta i Vijeća (*)

(*) SL L 343, 14.12.2012., str. 1.”;

ii. briše se 15. alineja;

iii. dodaje se sljedeća alineja:

„— ovčje meso”;

(b) Odjeljak B. „Smjernice” izmjenjuje se kako slijedi:

i. u smjernicama „SVJEŽE, RASHLAĐENO ILI SMRZNUTO MESO, PROIZVEDENO U SKLADU SA SUSTAVOM KAKVOĆE ZAJEDNICE ILI DRŽAVE”, u točki 2. „Ciljevi”, riječi „ZOI/ZOZP/ZTS i ekološki uzgoj” zamjenjuju se riječima „ZOI/ZOZP/ZTS, neobavezne oznake kvalitete i ekološki uzgoj”;

ii. smjernice „PROIZVODI SA ZAŠTIĆENOM OZNAKOM IZVORNOSTI (ZOI), ZAŠTIĆENOM OZNAKOM ZEMLJOPISNOG PODRIJETLA (ZOZP) ILI ZAJAMČENO TRADICIONALNI SPECIJALITETI (ZTS)” zamjenjuju se kako slijedi:

„PROIZVODI UKLJUČENI U SUSTAVE ZA ZAŠTIĆENU OZNAKU IZVORNOSTI (ZOI), ZAŠTIĆENU OZNAKU ZEMLJOPISNOG PODRIJETLA (ZOZP), ZAJAMČENE TRADICIONALNE SPECIJALITETE (ZTS) ILI NEOBAVEZNE OZNAKE KVALITETE U SKLADU S UREDBOM (EU) br. 1151/2012;

(1) **Pregled stanja**

Sustav Zajednice za zaštitu naziva proizvoda predviđen Uredbom (EU) br. 1151/2012 ima prednost u provedbi poglavlja o kakvoći zajedničke poljoprivredne politike. Stoga je potrebno nastaviti dosadašnje napore u provođenju kampanja kojima su označavanje i proizvodi koji nose zaštićene nazive te neobavezne oznake kvalitete postali poznati među svim potencijalnim akterima u lancu proizvodnje, pripreme, stavljanja na tržište i potrošnje tih proizvoda;

(2) **Ciljevi**

Kampanje informiranja i promocije ne bi trebale biti usredotočene na jedan ili vrlo ograničen broj naziva proizvoda, nego na skupine naziva pojedinih kategorija proizvoda ili proizvoda proizvedenih u jednoj ili više regija jedne ili više država članica.

Ciljevi tih kampanja trebali bi biti sljedeći:

- pružiti sveobuhvatne informacije o sadržaju, funkcioniranju i prirodni sustava u Uniji i, posebno, njihovom utjecaju na komercijalnu vrijednost proizvoda sa zaštićenim nazivom ili neobaveznom oznakom kvalitete, koji u skladu s tim sustavom nakon registracije uživaju zaštitu,
- poboljšati znanje potrošača, distributera i stručnjaka o hrani o simbolima Unije za proizvode obuhvaćene sustavima za ZOI/ZOZP/ZTS ili neobavezne oznake kvalitete,
- poticati skupine proizvođača/prerađivača koji još ne sudjeluju u tim sustavima da registriraju nazive proizvoda koji zadovoljavaju osnovne zahtjeve i primijene neobavezne oznake kvalitete,
- poticati proizvođače i prerađivače u dotičnim regijama koji još ne sudjeluju u tim sustavima na sudjelovanje u proizvodnji proizvoda s registriranim nazivima, u skladu s odobrenim specifikacijama i zahtjevima inspekcije utvrđenima za različite zaštićene nazive,

- poticati potražnju za dotičnim proizvodima informiranjem potrošača i distributera o postojanju, značaju i koristi sustava, logotipovima, kriterijima za dodjelu oznake, relevantnim provjerama i kontrolama te sustavu sljedivosti;

(3) Ciljne skupine

- proizvođači i prerađivači,
- distributeri (supermarketi, trgovine na veliko, trgovine na malo, ugostitelji, pripremnici obroka, restorani),
- potrošači i udruge potrošača,
- stvaratelji javnog mnijenja;

(4) Glavne poruke

- proizvodi koji nose zaštićeni naziv imaju specifične karakteristike povezane s njihovim geografskim podrijetlom, u slučaju proizvoda sa ZOI-jem, kakvoća ili svojstva proizvoda su bitno ili isključivo povezani s određenim zemljopisnim okruženjem s pripadajućim prirodnim i ljudskim faktorom. U slučaju proizvoda sa ZOZP-om, proizvodi posjeduju određenu kakvoću ili ugled, koji se mogu pripisati zemljopisnom podrijetlu; zemljopisna povezanost mora se pojaviti u barem jednoj od faza proizvodnje, prerade ili pripreme,
- proizvodi sa ZTS-om imaju određene karakteristike koje su povezane s njihovim posebnim tradicionalnim metodama proizvodnje ili korištenjem tradicionalnih sirovina,
- simboli Unije za ZOI, ZOZP i ZTS su simboli koji u cijeloj Uniji označuju proizvode koji ispunjavaju specifične uvjete proizvodnje povezane s njihovim zemljopisnim podrijetlom ili njihovom tradicijom te koji podliježu nadzoru,
- neobavezne oznake kvalitete odnose se na karakteristiku jedne kategorije proizvoda ili više njih ili na svojstva poljoprivrede ili prerade u primjeni u određenim područjima,
- upotrebom neobaveznih oznaka kvalitete osigurava se dodana vrijednost proizvoda u usporedbi s proizvodima slične vrste,
- neobavezne oznake kvalitete sadržavaju dimenziju Unije,
- prikaz nekih proizvoda obuhvaćenih sustavima za ZOI, ZOZP, ZTS ili neobavezne oznake kvalitete kao primjera za potencijalno uspješna komercijalna poboljšanja proizvoda čiji su nazivi registrirani u skladu sa zaštitnim sustavom,
- tim zaštitnim sustavima podupire se kulturno nasljeđe Unije, raznolikost poljoprivredne proizvodnje i očuvanje krajolika;

(5) Najvažniji kanali

- internet i druga elektronička sredstva,
- kontakti s medijima (specijalizirane, ženske i kulinarske tiskovine),
- kontakti s udrugama potrošača,
- informiranje i predstavljanje na prodajnim mjestima,
- audiovizualni mediji (posebni televizijski oglasi itd.),
- pisani dokumenti (leci, brošure itd.),
- sudjelovanje na sajmovima i izložbama,
- seminari i mjere o informiranju i osposobljavanju za djelovanje sustava Unije za ZOI, ZOZP i ZTS ili neobavezne oznake kvalitete;

(6) Trajanje i opseg programa

Dvanaest do 36 mjeseci, dajući prednost višegodišnjim programima kojima se postavljaju jasni ciljevi i strategija za svaku fazu”;

iii. brišu se smjernice za „MESO PERADI”;

iv. dodaju se sljedeće nove smjernice za „OVČJE MESO”:

„OVČJE MESO

(1) Pregled stanja

Sektor ovčjeg mesa vrlo je osjetljiv i nalazi se u krizi: potrošnja, proizvodnja i cijene ovčjeg mesa su u opadanju, a troškovi (uvođenje elektroničkog označivanja, cijene hrane za životinje, tradicionalna proizvodnja sa sezonskom selidbom) su u porastu. Osim toga se povećava nabava ovčjeg mesa iz

trećih zemalja. S obzirom na smanjivanje isplativosti, mnogi proizvođači su prisiljeni napustiti proizvodnju, što može dovesti do negativnih posljedica na raznovrsnost mesa u Uniji i daljnje napuštanje ruralnih područja. Ovčje meso važan je dio kulinarskog nasljeđa Unije i njegova proizvodnja doista ima posebnu ulogu, osobito u područjima s teškim uvjetima uzgoja, u smislu očuvanja krajolika i društveno-gospodarskog utjecaja;

(2) **Ciljevi**

- povećati svijest ciljnih skupina o kvaliteti, uvjetima održive proizvodnje ovčjeg mesa i posebnoj ulozi koju ono ima u kulinarskom nasljeđu Unije,
- povećati potrošnju ovčjeg mesa;

(3) **Ciljne skupine**

- proizvođači i prerađivači,
- distributeri (supermarketi, trgovine na veliko, trgovine na malo, ugostitelji, pripremnici obroka, restorani),
- potrošači (posebno mladi u dobi od 18 do 40 godina) i udruge potrošača,
- stvaratelji javnog mnijenja, novinari, gastronomski stručnjaci;

(4) **Glavne poruke**

- ekološki prihvatljive i tradicionalne metode proizvodnje,
- sljedivost (elektroničko označivanje),
- označivanje mesa potrošačima omogućuje utvrđivanje podrijetla i značajki proizvoda,
- obavješćivanje potrošača o raznolikosti i organoleptičkim i prehrambenim svojstvima ovčjeg mesa,
- savjeti za uporabu, recepti,
- kampanje informiranja i promocije ograničene su na proizvode iz Unije;

(5) **Najvažniji kanali**

- internet i druga elektronička sredstva,
- predstavljanja na prodajnim mjestima (degustacije, recepti, informacije),
- odnosi s tiskom i odnosi s javnošću (priredbе, sudjelovanje na potrošačkim sajmovima itd.),
- oglašavanje (ili promotivni članci) u tisku,
- audiovizualni mediji (televizija i radio),
- sudjelovanje na trgovačkim sajmovima,
- drugi kanali;

(6) **Trajanje i opseg programa**

Dvanaest do 36 mjeseci, dajući prednost višegodišnjim programima kojima se postavljaju jasni ciljevi i strategija za svaku fazu, a organiziraju ih dvije države članice ili više njih i provode se na najmanje dva nova tržišta;

(2) Prilog II. izmjenjuje se kako slijedi:

(a) A. „**POPIS PROIZVODA KOJI MOGU BITI OBUHVĆENI PROMOTIVNIM MJERAMA**” izmjenjuje se kako slijedi:

i. jedanaesta alineja zamjenjuje se kako slijedi:

„— Proizvodi uključeni u sustave za zaštićenu oznaku izvornosti (ZOI), zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla (ZOZP) ili zajamčene tradicionalne specijalitete (ZTS) u skladu s Uredbom (EU) br. 1151/2012”;

ii. dodaje se sljedeća nova alineja:

„— ovčje meso”;

(b) B. „**POPIS TRŽIŠTA TREĆIH ZEMLJA U KOJIMA SE MOGU PROVESTI PROMOTIVNE MJERE**” izmjenjuje se kako slijedi:

- i. Odjeljak A. „Države” izmjenjuje se kako slijedi:
- brišu se alineje Južna Afrika i Hrvatska
 - dodaju se sljedeće nove alineje:
 - „— Albanija,
 - Armenija,
 - Azerbajdžan,
 - Bjelorusija,
 - Gruzija,
 - Kazahstan,
 - Moldova,
 - Uzbekistan”;
- ii. Odjeljak B. „Zemljopisna područja” izmjenjuje se kako slijedi:
- briše se alineja Sjeverna Afrika,
 - dodaje se sljedeća nova alineja:
 - „— Afrika”;
- (3) Prilog III. izmjenjuje se kako slijedi:
- (a) točka 12. zamjenjuje se kako slijedi:
- „12. Proizvodi uključeni u sustave za zaštićenu oznaku izvornosti (ZOI), zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla (ZOZP), zajamčene tradicionalne specijalitete (ZTS) ili neobavezne oznake kvalitete u skladu s Uredbom (EU) br. 1151/2012”: 3 milijuna EUR”;
- (b) točka 15. briše se;
- (c) Dodaje se sljedeća točka 16.:
- „16. Ovcje meso: p.m.”
-