

**VYKONÁVACIE NARIADENIE KOMISIE (EÚ) č. 737/2013**

z 30. júla 2013,

**ktorým sa mení nariadenie Komisie (ES) č. 501/2008, ktorým sa stanovujú podrobné pravidlá uplatňovania nariadenia Rady (ES) č. 3/2008 o informačných a propagačných akciách na podporu poľnohospodárskych výrobkov na vnútornom trhu a v tretích krajinách**

EURÓPSKA KOMISIA,

so zreteľom na Zmluvu o fungovaní Európskej únie,

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

keďže:

- (1) V nariadení Komisie (ES) č. 501/2008<sup>(2)</sup> sa stanovujú pravidlá na vypracovanie, výber, realizáciu, financovanie a kontrolu informačných a propagačných akcií stanovených v nariadení (ES) č. 3/2008.
- (2) Zoznam tém a výrobkov, v prípade ktorých sa môžu vykonávať činnosti na vnútornom trhu v súlade s článkom 3 ods. 1 nariadenia (ES) č. 3/2008, je stanovený v časti A prílohy I k nariadeniu (ES) č. 501/2008, a zoznam produktov, na ktoré sa môžu vzťahovať propagačné činnosti v tretích krajinách v súlade s článkom 3 ods. 2 nariadenia (ES) č. 3/2008, je stanovený v časti A prílohy II k nariadeniu (ES) č. 501/2008. Uvedené zoznamy sa každé dva roky revidujú.
- (3) Usmernenia uvedené v článku 5 ods. 1 nariadenia (ES) č. 3/2008 sú stanovené v časti B prílohy I k nariadeniu (ES) č. 501/2008.
- (4) V súvislosti s krízou v sektore ovčieho mäsa a v súvislosti so zvýšením informovanosti, pokiaľ ide o ovčie mäso a jeho produkciu a spotrebu, by sa obchodným a medziobchodným organizáciám zo sektora mala dať príležitosť, aby získali spolufinancovanie Únie na informačné a propagačné programy, pokiaľ ide o generické ovčie mäso s pôvodom v Únii.
- (5) Nepovinné výrazy kvality zavedené nariadením Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1151/2012 z 21. novembra 2012 o systémoch kvality pre poľnohospodárske výrobky a potraviny<sup>(3)</sup> predstavujú druhý stupeň systémov kvality, ktoré predstavujú pridanú hodnotu. Môžu sa komunikovať na vnútornom trhu a môžu odkazovať na špecifické horizontálne vlastnosti jednej alebo viacerých kategórií výrobkov, poľnohospodárskych metód alebo charakteristických znakov spracovania, ktoré sa uplatňujú v konkrétnych oblastiach. Aby boli propagačné programy na vnútornom trhu úplne k dispozícii pre všetky súčasné systémy kvality, produkty, na ktoré sa vzťahuje systém pre nepovinné výrazy kvality, by sa mali zahrnúť ako oprávnené produkty, spolu s produktmi, na ktoré sa vzťahujú systémy chránených označení pôvodu CHOP (protected designations of origin – PDO), chránených zemepisných označení CHZO (protected geographical indications – PGI) alebo zaručených tradičných špecialít ZTŠ (traditional specialities guaranteed – TSG).
- (6) Dôvody udelenia oprávnenosti v prípade hydínového mäsa už nie sú platné, keďže obdobie nasledujúce po kríze v súvislosti s vtáčou chrípkou bolo dostatočne dlhé na obnovu dôvery spotrebiteľa. Odkazy na hydínové mäso by sa preto mali vypustiť.
- (7) Pri výbere tretích krajín s cieľom ich zahrnutia do časti B prílohy II k nariadeniu (ES) č. 501/2008 sa musia zohľadniť trhy tretích krajín, kde je aktuálny alebo potenciálny dopyt. Z dôvodu rastúcej spotreby, potenciálu poľnohospodárskych produktov Únie a záujmu o ne, ako aj na základe širšieho dosahu programov únie a projektov spolupráce Únie, by sa mali nové krajiny a oblasti posúdiť ako oprávnené trhy v súvislosti s propagačnými programami.
- (8) V súvislosti s pristúpením Chorvátska k Únii 1. júla 2013 by sa uvedená krajina mala odstrániť zo zoznamu oprávnených tretích krajín.
- (9) Nariadenie (ES) č. 501/2008 by sa preto malo zodpovedajúcim spôsobom zmeniť.
- (10) Opatrenia stanovené v tomto nariadení sú v súlade so stanoviskom Riadiaceho výboru pre spoločnú organizáciu poľnohospodárskych trhov,

<sup>(1)</sup> Ú. v. EÚ L 3, 5.1.2008, s. 1.

<sup>(2)</sup> Ú. v. EÚ L 147, 6.6.2008, s. 3.

<sup>(3)</sup> Ú. v. EÚ L 343, 14.12.2012, s. 1.

PRIJALA TOTO NARIADENIE:

*Článok 1*

Prílohy I, II a III k nariadeniu (ES) č. 501/2008 sa menia v súlade s prílohou k tomuto nariadeniu.

*Článok 2*

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

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

V Bruseli 30. júla 2013

*Za Komisiu*  
*predseda*  
José Manuel BARROSO

\_\_\_\_\_

## PRÍLOHA

Prílohy I, II a III k nariadeniu (ES) č. 501/2008 sa menia takto:

1. príloha I sa mení takto:

a) Časť A „Zoznam tém a výrobkov“ sa mení takto:

i) trinásť zarážka sa nahrádza takto:

„— produkty, ktoré patria pod systémy chránených označení pôvodu (CHOP), chránených zemepisných označení (CHZO), zaručených tradičných špecialít (ZTŠ) alebo iných nepovinných výrazov kvality v súlade s nariadením Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1151/2012 (\*)

(\*) Ú. v. EÚ L 343, 14.12.2012, s. 1.“

ii) pätnásť zarážka sa vypúšťa.

iii) vkladá sa táto zarážka:

„— ovčie mäso“

b) Časť B „Usmernenia“ sa mení takto:

i) Usmernenia, pokiaľ ide o „ČERSTVÉ, CHLADENÉ ALEBO MRAZENÉ MÄSO VYROBENÉ V SÚLADE S VNÚTROŠTÁTNYM PROGRAMOM KVALITY ALEBO PROGRAMOM KVALITY SPOLOČENSTVA“ v bode 2 „Ciele“, sa slová „CHOP, CHZP, ZTŠ a ekologické poľnohospodárstvo“ nahrádzajú slovami „CHOP, CHZP, ZTŠ, nepovinné výrazy kvality a ekologické poľnohospodárstvo“

ii) Usmernenia, pokiaľ ide o „VÝROBKY S CHRÁNENÝM OZNAČENÍM PÔVODU (CHOP), S CHRÁNENÝM ZEMEPISNÝM OZNAČENÍM (CHZO) ALEBO ZARUČENÉ TRADIČNÉ ŠPECIALITY (ZTŠ)“ sa nahrádzajú takto:

„PRODUKTY, KTORÉ PATRIA POD SYSTÉMY CHRÁNENÝCH OZNAČENÍ PÔVODU (CHOP), CHRÁNENÝCH ZEMEPISNÝCH OZNAČENÍ (CHZO), ZARUČENÝCH TRADIČNÝCH ŠPECIALÍT (ZTŠ) ALEBO INÝCH NEPOVINNÝCH VÝRAZOV KVALITY V SÚLADE S NARIADENÍM (EÚ) č. 1151/2012

### 1. Prehľad situácie

Systém Únie zameraný na ochranu názvov produktov stanovený v nariadení (EÚ) č. 1151/2012 je prioritou v rámci zavádzania programu kvality Spoločnej poľnohospodárskej politiky. Je preto potrebné, aby sa naďalej vyvíjalo úsilie s cieľom oboznamovať všetkých potenciálnych aktérov reťazca výroby, prípravy, uvádzania na trh a spotreby týchto produktov s chránenými označeniami a produktmi s chráneným názvom.

### 2. Ciele

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

Kampane sa musia zameriavať na:

- poskytovanie vyčerpávajúcich informácií o obsahu, fungovaní a komunitárnej povahe daných systémov Únie, a najmä o ich vplyve na obchodnú hodnotu produktov s chráneným názvom alebo nepovinných výrazov kvality, ktoré využívajú ochranu uvedených systémov od momentu zaregistrovania,
- zvyšovanie známosti symbolov Únie pre výrobky, na ktoré sa vzťahujú systémy pre CHOP/CHZO/ZTŠ alebo pre nepovinné výrazy kvality medzi spotrebiteľmi, distribútormi a profesionálmi v potravinárskom odvetví,
- povzbudzovanie zoskupení výrobcov a spracovateľov príslušných regiónov, ktoré sa ešte nezúčastňujú na uvedených systémoch, aby zaregistrovali názvy produktov, ktoré spĺňajú hlavné podmienky na registráciu a aby uplatňovali nepovinné výrazy kvality,
- povzbudzovanie zoskupení výrobcov a spracovateľov, ktorí sa ešte nezúčastňujú na týchto systémoch, aby prispeli k vytváraniu výrobkov s registrovaným názvom tým, že budú spĺňať schválené špecifikácie, ako aj stanovené požiadavky na kontrolu rôznych chránených názvov,

- stimulovanie dopytu po príslušných produktoch informovaním spotrebiteľov a distribútorov o existencii, význame a výhodách týchto systémov a poskytnutím vysvetlení o logu, podmienkach udelenia označení, kontrolách, ako aj o systéme vysledovateľnosti.

### 3. Cieľové skupiny

- výrobcovia a spracovatelia,
- distribúteri (distribúcia vo veľkom, veľkoobchod, maloobchod, lahôdky, jedálne a reštaurácie),
- spotrebiteľia a združenia spotrebiteľov,
- tvorcovia verejnej mienky,

### 4. Hlavné posolstvá

- Produkty s chráneným názvom majú vlastné charakteristiky, ktoré súvisia s ich zemepisným pôvodom. Pokiaľ ide o produkty s CHOP, kvalita alebo charakteristiky takéhoto produktu musia byť spojené najmä alebo výlučne s osobitným zemepisným prostredím so súvisiacimi prírodnými a ľudskými faktormi. Pokiaľ ide o CHZO, týka sa produktov, ktorých kvalita alebo osobitná povnosť súvisí so zemepisným pôvodom. Zemepisná súvislosť sa musí preukázať počas minimálne jednej fázy výroby, spracovania alebo prípravy,
- produkty, ktoré sú označené ako ZTŠ, sú charakteristické osobitnou tradičnou výrobnou metódou alebo použitím tradičných prvotných surovín,
- logá Únie používané pre CHOP, CHZO a ZTŠ sú logami používané v celej Únii, ktoré označujú produkty zodpovedajúce osobitným výrobným podmienkam, ktoré sú spojené s ich zemepisným pôvodom alebo tradíciou a ktoré podliehajú kontrolám,
- Nepovinné výrazy kvality sa vzťahujú na vlastnosť jednej alebo viacerých kategórií výrobkov alebo na poľnohospodársky či spracovateľský charakteristický znak, ktorý sa uplatňuje v osobitných oblastiach;
- používanie nepovinných výrazov kvality predstavuje pre výrobok pridanú hodnotu v porovnaní s výrobkami podobného druhu a
- nepovinné výrazy kvality majú rozmer Únie
- prezentácia niektorých produktov, na ktoré sa vzťahujú systémy CHOP, CHZO, ZTŠ alebo nepovinných výrazov kvality, ktoré sú príkladmi obchodného napredovania produktov so zaregistrovaným názvom v rámci ochranného systému,
- tieto ochranné systémy podporujú kultúrne dedičstvo Únie, rôznorodosť poľnohospodárskej výroby, ako aj zachovávanie prírodného prostredia.

### 5. Hlavné nástroje

- internet a iné elektronické prostriedky,
- styk s verejnosťou prostredníctvom médií (odborná tlač, tlač určená pre ženy, kulinárska tlač),
- styk so združeniami spotrebiteľov,
- poskytovanie informácií a predvádzanie na miestach predaja,
- audiovizuálne spôsoby komunikácie (cielené televízne šoty atď.),
- tlačoviny (letáky, brožúry atď.),
- účasť na veľtrhoch a výstavách,
- informačné a vzdelávacie semináre a činnosti týkajúce sa fungovania systémov Únie v súvislosti s CHOP, CHZO, ZTŠ alebo nepovinnými výrazmi kvality,

### 6. Trvanie a rozsah programov

Dvanásť až tridsaťšesť mesiacov, pričom sa uprednostňujú viacročné programy s jasne stanovenými cieľmi a stratégiou pre každú etapu.“

iii) Usmernenia, ktoré sa týkajú „HYDINOVÉHO MÄSA“, sa vypúšťajú.

iv) pridávajú sa tieto nové usmernenia, ktoré sa týkajú „OVČIEHO MÄSA“:

„OVČIE MÄSO

#### 1. Všeobecná analýza situácie

Sektor s ovčím mäsom je veľmi zraniteľným sektorom, ktorý prechádza krízou: Spotreba, produkcia a ceny ovčieho mäsa klesajú, zatiaľ čo náklady (zavedenie elektronickej identifikácie, ceny krmiva, tradičná produkcia a sezónny presun zvierat) sú na vzostupe. Okrem toho sa zvyšujú dodávky ovčieho mäsa z tretích

krajín rastú. Vzhľadom na zhoršujúcu sa ziskovosť musia mnohí výrobcovia zanechať produkciu, čo môže mať negatívne dôsledky pre rôznorodosť mäsa v Únii a ďalšie vyludňovanie vidieka. Ovčie mäso je dôležitou súčasťou kulinárskeho dedičstva v Únii a jeho produkcia v skutočnosti zohráva zvláštnu úlohu predovšetkým v oblastiach s ťažkými podmienkami na poľnohospodárstvo, pokiaľ ide o ochranu krajiny a spoločensko-ekonomický dosah.

## 2. Ciele

- Zvýšiť informovanosť cieľových skupín o kvalite, podmienkach udržateľnej produkcie ovčieho mäsa a špeciálnej úlohe, ktorú zohráva v rámci kulinárskeho dedičstva v Únii.
- Zvýšiť konzumáciu ovčieho mäsa.

## 3. Cieľové skupiny

- výrobcovia a spracovatelia,
- distributéri (distribúcia vo veľkom, veľkoobchod, maloobchod, lahôdky, jedálne a reštaurácie),
- spotrebiteľia (najmä mladí, vo veku 18 až 40 rokov) a spotrebiteľské združenia)
- tvorcovia verejnej mienky, novinári, odborníci na gastronómiu,

## 4. Hlavné posolstvá

- výrobné metódy šetrné k životnému prostrediu a tradičné výrobné metódy,
- vysledovateľnosť (elektronická identifikácia),
- označovanie mäsa umožňuje spotrebiteľovi identifikovať pôvod a vlastnosti výrobkov,
- informovať spotrebiteľov o rôznorodosti a organoleptických a nutričných vlastnostiach ovčieho mäsa,
- rady na používanie, recepty,
- informačné a propagačné kampane sa obmedzia na výrobky vyrobené v Únii.

## 5. Hlavné nástroje

- internet a iné elektronické prostriedky,
- propagácia na mieste predaja (ochutnávky, recepty, informácie),
- styky s tlačou a s verejnosťou (podujatia, účasť na veľtrhoch atď.),
- reklama (alebo reklamné články) v tlači
- audiovizuálne spôsoby komunikácie (televízia a rádio),
- účasť na veľtrhoch,
- iné nástroje.

## 6. Trvanie a rozsah programov

12 až 36 mesiacov, s prioritou pre viacročné programy so stanovenými jasnými cieľmi a stratégiou pre každú etapu., organizujú ich dva alebo viaceré členské štáty a realizujú sa minimálne na dvoch nových trhoch.“

2. Príloha II sa mení takto:

a) Časť A. „**ZOZNAM VÝROBKOV, NA KTORÉ SA MÔŽU ROBIŤ PROPAGAČNÉ KAMPANE**“ sa mení takto:

i) jedenásta zarážka sa nahrádza takto:

„— Produkty, ktoré patria pod systémy chránených označení pôvodu (CHOP), chránených zemepisných označení (CHZO), zaručených tradičných špecialít (ZTŠ) v súlade s nariadením (EÚ) č. 1151/2012“

ii) vkladá sa táto nová zarážka:

„— ovčie mäso“

b) Časť B. „**ZOZNAM TRETÍCH TRHOV, NA KTORÝCH MOŽNO REALIZOVAŤ PROPAGAČNÉ ČINNOSTI**“ sa mení takto:

- i) Oddiel A. „Krajiny“ sa mení takto:
- zarážky pre Južnú Afriku a Chorvátsko sa vypúšťajú.
  - dopĺňajú sa tieto nové zarážky:
    - „— Albánsko,
    - Arménsko,
    - Azerbajdžan,
    - Bielorusko,
    - Gruzínsko,
    - Kazachstan,
    - Moldavsko,
    - Uzbekistan“
- ii) Oddiel B „Zemepisné oblasti“ sa mení takto:
- zarážka pre Severnú Afriku sa vypúšťa
  - vkladá sa táto nová zarážka:
    - „— Afrika“
3. Príloha III sa mení takto:
- a) bod 12 sa nahrádza takto:
- „12. Produkty, ktoré patria pod systémy chránených označení pôvodu (CHOP), chránených zemepisných označení (CHZO), zaručených tradičných špecialít (ZTS) alebo iných nepovinných výrazov kvality v súlade s nariadením (EÚ) č. 1151/2012: 3 mil. EUR“
- b) bod 15 sa vypúšťa;
- c) dopĺňa sa tento bod 16:
- „16. ovčie mäso p m.“
-