

ALLEGATO

L'allegato III del regolamento (CE) n. 94/2002 è modificato come segue:

- 1) La parte intitolata «L'informazione e sul sistema comunitario delle denominazioni di origine protette (DOP), delle indicazioni geografiche protette (IGP) e delle specialità tradizionali garantite (STG) nonché sui rispettivi logo» è sostituita dal testo seguente:

«1. ANALISI GLOBALE DELLA SITUAZIONE

La campagna di informazione realizzata dalla Comunità nel 1996/1998 ha costituito un primo sforzo per far conoscere l'esistenza, il significato e i vantaggi dei due sistemi europei per la valorizzazione e la protezione dei prodotti agroalimentari aventi caratteristiche specifiche.

Tenuto conto della durata limitata di tale campagna, sembra opportuno rafforzare la notorietà di tali denominazioni, che riguardano attualmente oltre seicento prodotti della Comunità, portando avanti l'azione di informazione sul loro significato e sui loro vantaggi. Tale informazione riguarderà inoltre i logo comunitari all'uopo istituiti, in particolare quello relativo alle DOP/IGP che risale al 1998.

2. OBIETTIVI

- Garantire un'informazione esauriente sul contenuto del sistema di qualità e dei suoi effetti sulla valorizzazione e la tutela dei prodotti registrati.
- Attraverso campagne che riguardano una pluralità di prodotti provenienti da un solo Stato membro o da vari Stati membri, mettere in luce il contenuto e la dimensione europea dei sistemi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari.
- Incitare i produttori e i trasformatori che non abbiano ancora aderito al sistema comunitario di qualità a utilizzarlo e a conformarsi ai disciplinari relativi ai vari prodotti registrati.
- Stimolare la domanda per i prodotti in parola informando i consumatori e il settore della distribuzione sull'esistenza, il significato e i vantaggi dei sistemi e dei relativi logo, nonché sulle condizioni di attribuzione delle denominazioni, sui pertinenti controlli e sul sistema della tracciabilità.

3. PRINCIPALI DESTINATARI

- Produttori e trasformatori e i loro associazioni.
- Settore della distribuzione (grande distribuzione, grossisti, dettaglianti, ristoratori) e loro associazioni.
- Consumatori e loro associazioni.
- Opinionisti.

4. MESSAGGI PRINCIPALI

- Specificità del prodotto o dei prodotti connessa all'origine geografica (DOP/IGP), con particolare riferimento agli aspetti che giustificano il legame con l'ambiente geografico o l'origine geografica e la loro rinomanza/notorietà. Sarà data la preferenza alle campagne relative ad una pluralità di prodotti provenienti da un solo Stato membro o da vari Stati membri.
- Specificità del prodotto connessa al suo modo di produzione particolare e tradizionale, indipendentemente dalla zona di produzione (STG).
- Aspetti qualitativi (sicurezza, valore organolettico e nutrizionale, tracciabilità) da mettere in evidenza.
- Grande diversità, ricchezza e sapori dei prodotti considerati.
- Presentazione di taluni prodotti registrati come DOP/IGP o STG, esempio di valorizzazione dei prodotti alimentari aventi caratteristiche specifiche.
- Obiettivi del sistema: valorizzazione protezione dei prodotti registrati, in particolare lotta contro gli usi abusivi e le imitazioni delle denominazioni protette.

5. STRUMENTI PRINCIPALI

- Strumenti elettronici (sito Internet).
- Relazioni pubbliche con i media (stampa specializzata, femminile, riviste di culinaria).
- Contatti con le associazioni di consumatori.
- Informazione nei punti di vendita.
- Media audiovisivi.