

## REGOLAMENTO (CEE) N. 465/92 DELLA COMMISSIONE

del 27 febbraio 1992

relativo alla realizzazione di campagne d'informazione sulle caratteristiche salutari e nutrizionali del latte e dei prodotti lattiero-caseari

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità economica europea,

visto il regolamento (CEE) n. 1079/77 del Consiglio, del 17 maggio 1977, relativo ad un prelievo di corresponsabilità ed a misure destinate ad ampliare i mercati nel settore del latte e dei prodotti lattiero-caseari<sup>(1)</sup>, modificato da ultimo dal regolamento (CEE) n. 1632/91<sup>(2)</sup>, in particolare l'articolo 4,

considerando che le azioni pubblicitarie e promozionali a favore del latte e dei prodotti lattiero-caseari sono cominciate nella Comunità nel 1978 e da allora sono proseguite; che l'informazione del consumatore sul valore salutare e nutrizionale del latte e dei prodotti lattiero-caseari appare insufficiente; che è pertanto opportuno comunicare ai consumatori le cognizioni più recenti sulle qualità nutrizionali di tali prodotti e invitare le organizzazioni debitamente qualificate a proporre programmi d'azione particolareggiati, che saranno da esse eseguiti;

considerando che le organizzazioni cui saranno affidate tali azioni devono soddisfare talune condizioni; che le attività di queste organizzazioni non devono essere incompatibili con l'obiettivo di promuovere lo smercio dei prodotti lattiero-caseari; che, di conseguenza, è d'uopo escludere le proposte provenienti da organizzazioni le cui attività riguardino altresì la produzione, la distribuzione o la promozione delle vendite di prodotti d'imitazione del latte e dei prodotti lattiero-caseari;

considerando che, per garantire il rispetto del termine per la presentazione della relazione da parte del contraente, è necessario prevedere una trattenuta sui fondi comunitari assegnati ove detto termine venga superato;

considerando che le misure previste dal presente regolamento sono conformi al parere del comitato di gestione per il latte e i prodotti lattiero-caseari,

HA ADOTTATO IL PRESENTE REGOLAMENTO:

*Articolo 1*

1. Le azioni d'informazione sulle caratteristiche salutari e nutrizionali del latte e dei prodotti lattiero-caseari desti-

(<sup>1</sup>) GU n. L 131 del 26. 5. 1977, pag. 6.

(<sup>2</sup>) GU n. L 150 del 15. 6. 1991, pag. 23.

nati al consumo umano nella Comunità beneficiano di finanziamenti nei casi e modi previsti dal presente regolamento.

Tali azioni sono rivolte soprattutto a determinate categorie, in particolare al personale medico-sanitario, agli insegnanti e a categorie di consumatori selezionate in funzione di criteri obiettivi pertinenti, come l'età. Esse si avvalgono dei mezzi d'informazione più efficaci, fra cui la televisione.

2. Possono rientrare fra le azioni ai sensi del paragrafo 1:

a) la realizzazione di un programma d'informazione sui seguenti temi:

- alimentazione e cardiopatie coronariche,
- altri fattori di rischio cardiocoronarico,
- alimentazione e funzione emostatica,
- alimentazione e cancro,
- alimentazione e funzione immunitaria,
- alimentazione per la prima infanzia,
- funzione del calcio nell'alimentazione,
- sostanze micronutritive,
- intolleranza al lattosio,
- allergie alle latto-proteine,
- elementi nutrizionali dei prodotti lattiero-caseari;

b) acquisizione e applicazione delle cognizioni scientifiche.

3. Le azioni sono eseguite entro due anni dalla firma del contratto di cui all'articolo 5, paragrafo 1, lettera b).

4. Il termine d'esecuzione dell'azione indicato nel paragrafo 3 non esclude eventuali proroghe successive concesse su presentazione, da parte dell'interessato, prima della scadenza del termine stesso, di un'apposita domanda all'organismo competente e della prova dell'impossibilità di rispettare il termine inizialmente stabilito a causa di circostanze straordinarie ad esso non imputabili. La proroga non può tuttavia superare sei mesi.

*Articolo 2*

1. Le azioni promozionali di cui all'articolo 1:

a) ad esclusione dell'azione contemplata all'articolo 1, paragrafo 2, lettera b), sono proposte da organizzazioni che vantano un'esperienza pluriennale nella promozione del latte e dei prodotti lattiero-caseari, incentrata